



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Psychologiczne aspekty posiadania : między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr materialnych

**Author:** Małgorzata Górnik-Durose

**Citation style:** Górnik-Durose Małgorzata. (2002). Psychologiczne aspekty posiadania : między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr materialnych. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

**Małgorzata Górnik-Durose**

# **Psychologiczne aspekty posiadania**

**- między instrumentalnością  
a społeczną użytecznością  
dóbr materialnych**

**Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego**



**Katowice 2002**



# **Psychologiczne aspekty posiadania**

— między instrumentalnością  
a społeczną użytecznością  
dóbr materialnych



**Prace Naukowe  
Uniwersytetu Śląskiego  
w Katowicach  
nr 2121**

**Małgorzata Górnik-Durose**

# **Psychologiczne aspekty posiadania**

**– między instrumentalnością  
a społeczną użytecznością  
dóbr materialnych**

**Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego**



**Katowice 2002**

Redaktor serii: Psychologia  
Jan M. Stanik

Recenzenci  
Maryla Goszczyńska  
Tadeusz Tysza

# Spis treści

Wprowadzenie . . . . .	9
1. Kluczowe zagadnienia psychologii posiadania . . . . .	17
1.1. Posiadanie dóbr i konsumpcja we współczesnych społeczeństwach . . . . .	17
1.1.1. Konsumpcyjne dylematy wczesnego kapitalizmu . . . . .	17
1.1.2. Kreacyjność i spektakularność konsumpcji w warunkach rozwinie- niętego kapitalizmu . . . . .	19
1.1.3. „Bezklasowość” współczesnej konsumpcji . . . . .	21
1.1.4. Konsumpcja a problemy tożsamości jednostkowej . . . . .	23
1.1.5. Specyfika konsumpcji postsocjalistycznej . . . . .	25
1.2. Psychologiczne wyznaczniki własności dóbr materialnych . . . . .	28
1.2.1. Co to znaczy „posiadać”? . . . . .	28
1.2.2. Legitymizacja posiadania . . . . .	30
1.2.3. Kształtowanie się pojęcia własności . . . . .	32
1.3. Natura posiadania — przegląd koncepcji wyjaśniających . . . . .	34
1.3.1. Orientacja biologiczna — czy jesteśmy wyposażeni w instynkt posiadania? . . . . .	34
1.3.2. Orientacja intraindywidualna — rola dóbr materialnych w roz- woju i kultywowaniu własnego Ja . . . . .	39
1.3.3. Orientacja społeczna — interpersonalny i kulturowy aspekt posia- dania dóbr materialnych . . . . .	51
1.4. Problematyka badań własnych w świetle kluczowych zagadnień psycho- logii posiadania . . . . .	64
2. Funkcje dóbr materialnych . . . . .	66
2.1. Rola i znaczenie dóbr materialnych w życiu człowieka . . . . .	66
2.1.1. Posiadanie i bycie w filozofii i religii . . . . .	66
2.1.2. Rola dóbr materialnych w codziennym życiu . . . . .	69
2.1.3. Funkcje dóbr materialnych — próba klasyfikacji . . . . .	73
2.1.4. Rola dóbr materialnych w procesach wymiany społecznej . . . . .	78

2.2. Dynamika zmian funkcji i znaczenia posiadanych dóbr materialnych .	81
2.2.1. Od „przysiężanki” do materialnego „uczestniczenia w przyszłości” — zmiany znaczenia nadawanego rzeczom materialnym w toku życia . . . . .	81
2.2.2. Specyfika kobiecego i męskiego przywiązania do dóbr material- nych . . . . .	84
2.2.3. Status społeczno-ekonomiczny a preferencje względem dóbr ma- terialnych . . . . .	87
2.3. Funkcje i znaczenie dóbr posiadanych przez Polaków w dobie transfor- macji ekonomicznej i społecznej — badania własne . . . . .	89
2.3.1. Założenia i metodologia badań własnych . . . . .	89
2.3.2. Analiza funkcji i znaczenia przypisywanego posiadanym dobrom — wyniki badania . . . . .	92
2.3.3. Specyfika gromadzonych dóbr materialnych i przypisywanych im funkcji w polskich warunkach społeczno-ekonomicznych — pod- sumowanie . . . . .	102
3. Materializm . . . . .	108
3.1. Oblicza materializmu — złożona natura przywiązania do dóbr . .	108
3.1.1. Co to jest materializm? . . . . .	108
3.1.2. Wymiar indywidualny i kulturowy materializmu . . . . .	109
3.1.3. Posiadanie czy gromadzenie bogactwa jako jądro materializmu .	111
3.1.4. „Dobry” i „zły” materializm . . . . .	112
3.1.5. Wartość, postawa czy orientacja życiowa . . . . .	114
3.2. Posiadanie a poczucie szczęścia i satysfakcji życiowej . . . . .	120
3.2.1. Czy dobrobyt materialny daje szczęście? . . . . .	120
3.2.2. Czy materialiści są szczęśliwi? . . . . .	123
3.3. Diagnoza materializmu: Problemy metodologiczne . . . . .	126
3.3.1. Przegląd narzędzi do badania materializmu . . . . .	126
3.3.2. Skala do badania stosunku do dóbr materialnych ( <i>SDM</i> ) . .	129
4. Dobra materialne w funkcji ochrony i wzmacniania Ja . . . . .	133
4.1. Kompensacyjna funkcja dóbr materialnych . . . . .	133
4.1.1. Ramy teoretyczne . . . . .	133
4.1.2. Symboliczne dopełnianie siebie przez rzeczy materialne . . .	134
4.1.3. Redukcja rozbieżności w koncepcji Ja poprzez nabywanie dóbr materialnych . . . . .	136
4.1.4. Afirmacja siebie poprzez posiadane dobra — podejście alterna- tywne . . . . .	137
4.2. Afirmacyjny potencjał dóbr materialnych — badania własne . . .	140
4.2.1. Problem badań . . . . .	140
4.2.2. Model badawczy i hipotezy . . . . .	142
4.2.3. Metody badawcze . . . . .	144
4.2.4. Procedura . . . . .	146
4.2.5. Osoby badane . . . . .	147

4.2.6. Efektywność manipulacji . . . . .	148
4.2.7. Koncentracja na posiadanych dobrach materialnych a poziom samooceny . . . . .	149
4.2.8. Samoocena w grupie eksperymentalnej i kontrolnej a poziom materializmu . . . . .	152
4.2.9. Specyfika posiadanych dóbr materialnych a ich funkcja afirmacyjna . . . . .	154
4.2.10. Rola cenionych dóbr materialnych w ochronie i wzmacnianiu Ja — podsumowanie wyników . . . . .	161
4.3. Wartość posiadanych dóbr materialnych w funkcji autoafirmacyjnej — dyskusja wyników . . . . .	163
4.3.1. Dlaczego w przypadku osób z wysokim poziomem materializmu koncentracja na posiadanych dobrach materialnych zamiast podwyższać obniża samoocenę? . . . . .	163
4.3.2. Dlaczego samoocena w sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej nie reaguje na zabiegi afirmacyjne? . . . . .	165
4.3.3. Wyniki eksperymentu w świetle ogólnych założeń teorii autoafirmacji . . . . .	166
4.3.4. Kierunki dalszych badań nad afirmacyjnym potencjałem dóbr materialnych . . . . .	167
5. Dobra materialne w służbie tożsamości jednostkowej . . . . .	169
5.1. Mieć aby być — relacja pomiędzy tożsamością jednostkową a posiadaniem dóbr materialnych . . . . .	169
5.1.1. Pojęcie Ja, tożsamość jednostkowa a posiadanie rzeczy materialnych . . . . .	169
5.1.2. Narracja osobistej historii poprzez posiadane rzeczy . . . . .	175
5.1.3. Dyferencjacja i identyfikacja — dobra materialne w kontekście tożsamości indywidualnej i społecznej . . . . .	177
5.2. Rodzaj tożsamości a ważność i znaczenie nadawane dobrom materialnym — badania własne . . . . .	181
5.2.1. Problem i założenia badawcze . . . . .	181
5.2.2. Metody badawcze . . . . .	183
5.2.3. Procedura . . . . .	185
5.2.4. Grupa badana . . . . .	185
5.2.5. Rodzaj tożsamości a stosunek do dóbr materialnych — wyniki badania . . . . .	185
5.2.6. Dlaczego osoby z tożsamością indywidualną bardziej niż inne potrzebują dóbr materialnych? — dyskusja wyników . . . . .	189
6. Społeczno-kulturowy kontekst stosunku do dóbr materialnych . . . . .	194
6.1. Indywidualizm i kolektywizm — podstawowe wymiary orientacji społecznych . . . . .	194
6.2. Materializm, orientacja indywidualistyczna i kolektywistyczna a założenia normatywne odnoszące się do dóbr materialnych . . . . .	201

6.3. Indywidualizm i kolektywizm a znaczenie nadawane dobrom materialnym — badania własne . . . . .	204
6.3.1. Problem badań . . . . .	204
6.3.2. Osoby badane . . . . .	207
6.3.3. Metody badań . . . . .	208
6.3.4. Procedura badawcza . . . . .	210
6.3.5. Indywidualizm i kolektywizm a stosunek do dóbr materialnych .	210
6.3.6. Wymiar indywidualny i wymiar kulturowy orientacji społecznych a stosunek do dóbr materialnych . . . . .	216
6.3.7. Wymiar indywidualny i kulturowy orientacji społecznej a preferencje w zakresie funkcji przypisywanych posiadanym rzeczom .	220
6.4. Indywidualizm i materializm — dyskusja i wnioski . . . . .	223
6.4.1. Indywidualizm i kolektywizm a nastawienie materialistyczne .	223
6.4.2. Indywidualizm i kolektywizm a funkcje przypisywane posiadanym dobrom materialnym . . . . .	224
7. Człowiek wśród dóbr materialnych — podsumowanie . . . . .	229
7.1. Do czego są potrzebne dobra materialne? . . . . .	229
7.2. Kierunki dalszych badań w ramach psychologii posiadania . . . . .	232
Aneks . . . . .	237
Bibliografia . . . . .	251
Summary . . . . .	264
Zusammenfassung . . . . .	266



# Wprowadzenie

*Człowiekowi potrzeba więcej niż mu na-  
prawdę potrzeba i mniej niż sam by chciał*

M. Zoszczenko

Psychologia społeczna stara się wyjaśniać zachowania ludzi w możliwie szerokim układzie relacji społecznych, pośród innych ludzi, działających w pewnych mniej lub bardziej zorganizowanych systemach — począwszy od diad, poprzez małe grupy, po instytucje i wielkie zbiorowości. Bada zatem interakcje, w jakie uwikłane są jednostki, grupy, instytucje i społeczności. Nacisk położony na osoby lub grupy ludzi, aktywnie partycypujących w interakcjach, odsuwa jednakże w cień jeszcze jednego uczestnika tychże interakcji, niejako „szarą eminencję” codziennych kontaktów społecznych — przedmiot materialny. Posługując się Goffmanowską metaforą „teatru życia codziennego”, stwierdzić można, że eksponując aktorów i odgrywane przez nich role na określonej scenie i w określonych dekoracjach (por. GOFFMAN, 1981), współczesna psychologia społeczna zapomina o rekwizytach, które w przedstawieniu teatralnym „grają” prawie na równi z aktorami.

Rzeczy materialne, gromadzone, posiadane i cenione przez ludzi stanowią nieodłączny element ich życia. Zapelniają one przestrzeń, w jakiej ludzie się poruszają, pomagają im zorganizować życie oraz skonkretyzować tak bardzo abstrakcyjne pojęcia, jak dom, rodzina, szczęście, sukces. Rzeczy materialne umożliwiają ludziom wykonywanie codziennych czynności, stają się pośrednikami w kontaktach z innymi, sprawiają wreszcie przyjemność samą swoją obecnością. Niektórzy mówią, że jest ich za dużo w życiu człowieka, inni — że na obecnym poziomie rozwoju technologicznego będzie ich jeszcze więcej i staną się jeszcze bardziej niezbędne niż dotychczas.

Zagadnienia posiadania i gromadzenia dóbr materialnych oraz wykorzystywania ich w kontaktach międzyludzkich i międzygrupowych korespondują z zagadnieniami konsumpcji, choć pojęcia posiadania dóbr i konsumpcji nie

są tożsame. Konsumpcja jest procesem, w którym konsument wybiera pewne rzeczy, następnie je kupuje, używa i w końcu się ich pozbywa; posiadanie natomiast odnosi się jedynie do określonej fazy tego cyklu (SZCZEPAŃSKI, 1981; CAMBELL, 1991). Konsumpcja zatem jest aktywnością związaną z dobrami materialnymi, posiadanie natomiast to specyficzna relacja pomiędzy podmiotem a przedmiotem. Z jednej strony autorzy zajmujący się konsumpcją nie są w stanie uniknąć poruszania problemu posiadania dóbr materialnych, a z drugiej — posiadanie dóbr zakłada wykorzystywanie ich w jakiś sposób; w relacji podmiotu z przedmiotem zatem zawiera się również podejmowanie przez podmiot określonych działań w związku z posiadanym przedmiotem albo na posiadanym przedmiocie. Posiadanie dóbr albo pragnienie posiadania jest centralnym punktem tychże procesów — na nim więc przede wszystkim koncentruje się prezentowana praca.

Zainteresowanie problemami konsumpcji i posiadania — choć obecne w zachodnich naukach społecznych co najmniej od przełomu XIX i XX wieku — wzrosło na fali recesji lat osiemdziesiątych (LUNT, LIVINGSTONE, 1992) i wiązało się bezpośrednio z dyskusją o postmodernizmie (por. FEATHERSTONE, 1990; CAMBELL, 1991; BOCOCK, 1993; VAN RAAIJ, 1993; FIRAT, VENKATESH, 1995; BAUDILLARD, [1970] 1998). Relacja człowieka ze światem dóbr materialnych zaabsorbowała przedstawicieli wielu obszarów wiedzy (CAMBELL, 1991). Oprócz ekonomistów i badaczy zachowań konsumenckich (por. BELK, 1995), którzy z natury swoich zainteresowań zajmują się konsumpcją, w sferę rozważań włączyli ją także antropologowie (APPADURAI, ed., 1986; DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979] 1996; CAMBELL, 1991; MILLER, 1995), socjologowie (np. BAUDRILLARD, 1998; MILLER, 1987; McCracken, 1990), a także historycy, którzy pokazali, że konsumpcja jest zjawiskiem towarzyszącym człowiekowi w jego rozwoju historycznym, a nie przypisanym jednoznacznie do współczesnego postindustrialnego kapitalizmu (AGNEW, 1986; CAMBELL, 1991).

Problem posiadania dóbr materialnych ma także ważny wymiar filozoficzny, moralny i etyczny. Obok analiz wywodzących się z tradycji Marksowskiej krytyki fetyszyzmu towarowego (np. prace szkoły frankfurckiej), ale próbujących na nowo umiejscowić problem konsumpcji w tradycyjnym sposobie myślenia „filozofii produkcji” (por. CAMBELL, 1991) oraz krytycznych analiz współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego Johna K. GALBRAITHA (1958) i Herberta MARCUSE'A (1964), pojawiały się rozważania filozoficzne, odnoszące się do pytania o „prawdziwe” i „fałszywe” potrzeby oraz pragnienia zaspokajane przez dobra materialne w procesie konsumpcji (por. CAMBELL, 1991), roztrząsające pytanie o wartość „być” w opozycji do lub w koegzystencji z „mieć” (MARCEL, 1986; FROMM, 1995).

W naukach społecznych w Polsce zainteresowanie konsumpcją pojawiło się w latach siedemdziesiątych, czyli w okresie rozbudzonych aspiracji konsump-

cyjnych polskiego społeczeństwa, którym centralnie sterowana gospodarka nie mogła sprostać. Było to jednakże inne podejście do konsumpcji niż w pracach autorów zachodnich — podejście szukające ideologicznie „słusznych” rozwiązań. Chodziło w nim o określenie istoty i charakteru „konsumpcji socjalistycznej” oraz przeciwstawienie jej modelowi kapitalistycznemu (por. SZCZEPAŃSKI, red., 1977; 1981).

Trzeba jednak przyznać, że pomimo tak wielostronnego zainteresowania problemem konsumpcji, posiadania i własności w naukach społecznych, nie był on i nie jest szczególnie często podejmowanym tematem analiz i badań psychologicznych. Brak zainteresowania tym problemem wśród psychologów wynika, jak się wydaje, z jego niekonwencjonalności i kłopotów z osadzeniem w określonym nurcie teoretycznym i metodologicznym psychologii jako nauki (TRASLER, 1982). Zagadnienie posiadania rzeczy materialnych często wymyka się „obiektywnej”, czysto naukowej analizie, przesuwając się w kierunku zagadnień natury etycznej. W takim etycznym kontekście poszukuje się rozstrzygnięć odnoszących się do tego, czy posiadanie i nieposiadanie są dobre czy złe, moralne czy niemoralne — zarówno z indywidualnego, jak i społecznego punktu widzenia. Filozoficzno-etyczny ładunek zawarty w zagadnieniach posiadania powoduje pewien dystans do podejmowania ich ze strony starających się unikać wartościowania psychologów.

W pracach publikowanych w USA i Europie Zachodniej w latach dziewięćdziesiątych zauważalny jest odwrót od problemów związanych z posiadaniem dóbr materialnych. Tymczasem problemy te zaczęły się rysować dramatycznie w świecie, który na początku lat dziewięćdziesiątych uwolnił się od dyktatu centralnie sterowanej gospodarki socjalistycznej i rozpoczął pościg za rozwiniętymi społeczeństwami konsumpcyjnego i postindustrialnego kapitalizmu. Jeśli nawet zachodni badacze zachowań związanych z posiadaniem i dysponowaniem zasobami materialnymi uznali, że powiedzieli już ostatnie słowo, a posiadacz dóbr i ich konsument nie przedstawia dla nich żadnych tajemnic, to przed środkowo- i wschodnioeuropejskimi psychologami otwiera się kraina, do tej pory nie zbadana. Jeśli nawet sięgną oni do ustaleń swoich zachodnioeuropejskich i amerykańskich kolegów, to i tak nie znajdą odpowiedzi na pytania o prawidłowości i mechanizmy zachowań związanych z gromadzeniem oraz dysponowaniem dobrami materialnymi wśród Polaków, Węgrów, Czechów, Rumunów czy Rosjan. Po pierwsze dlatego, że zachowania te są bardzo obciążone kulturowym ładunkiem tradycji, norm i zasad etycznych, nie protestantyzmu, na którym, jak chce Max WEBER ([1905] 1995), zbudowano kapitalizm, lecz katolicyzmu lub prawosławia — z jednej strony, a z drugiej — realnego socjalizmu (por. DOLIŃSKI, 1995). Po drugie dlatego, że zachowania ekonomiczne ludzi żyjących w warunkach realnego socjalizmu obarczone są głębokimi doświadczeniami wyniesionymi z gospodarki niedoborów, ich zatem stosunek do rzeczywistości ekonomicznej (por. TYSZKA, 1997), w tym

również do posiadania dóbr materialnych musi różnić się od tego, który właściwy jest ludziom Zachodu.

Prezentowana praca wyrasta z przekonania o konieczności zapalenia tej luki w wiedzy o psychologicznych aspektach relacji ze światem dóbr materialnych człowieka żyjącego w określonych warunkach ekonomicznych i kulturowych. Ma ona dwa zasadnicze zadania do spełnienia. Pierwszym z nich jest wprowadzenie do polskiej psychologii nowej w gruncie rzeczy problematyki, którą określić można mianem psychologii posiadania dóbr materialnych. Dlatego staram się pokazać jak najwięcej wątków i zagadnień, które w ramach psychologii relacji człowieka z rzeczami materialnymi są poruszane przez różnych autorów, oraz tych, które stanowią interesujący obszar, jeszcze nie zbadany. Drugie zadanie polega na prezentacji wyników badań ukierunkowanych na wyjaśnienie wybranych aspektów tej relacji.

Badania te koncentrują się wokół uwikłania posiadania dóbr materialnych w problemy tożsamości jednostkowej i konsekwencji posiadania rzeczy dla obrazu samego siebie. Wątek ten pojawiał się już w literaturze zarówno socjologicznej, jak i psychologicznej, jednakże w analizach tych albo tożsamość ujmowana była wyłącznie i jednoznacznie w kategoriach socjologicznych — płci, wieku, przynależności do określonej klasy społecznej, albo rola dóbr materialnych gubiła się pośród innych możliwych narzędzi i mechanizmów określania, ochrony i wzmacniania własnego Ja. W prezentowanych badaniach stawiam dobra materialne na pierwszym planie. Moim celem nie jest określenie, jak dochodzi do ukształtowania się takiego lub innego obrazu samego siebie oraz tożsamości o takim lub innym charakterze. Moim celem jest zbadanie roli dóbr materialnych w tych procesach. Staram się wyjść poza socjologiczne kategorie definiowania tożsamości. Interesuje mnie tożsamość jednostkowa w swym wymiarze indywidualnym (osobistym) i społecznym, gdzie płeć i wiek stanowią tylko jedne z kategorii definiujących, klasa społeczna schodzi na plan dalszy — zgodnie z tendencjami sygnalizowanymi przez zachodnich autorów (np. BLUMBERG, 1974; LUNT, 1995), a do głosu dochodzi Ja indywidualne, poszukujące kategorii i narzędzi do samookreślenia, w ramach danego kontekstu kulturowego, wyznaczonego przez dwie podstawowe dymensje kulturowego zróżnicowania — indywidualizm i kolektywizm.

Przyznaję, że przeprowadzone badania pozostawiają wiele zagadnień otwartych i wiele pytań na razie bez odpowiedzi, choć wskazują wyraźnie kierunki dalszej penetracji. W podejściu do omawianych zagadnień można było przyjąć dwa rozwiązania. Pierwsze z nich oznacza skupienie się na jednym problemie — np. centralnym w tej pracy problemie dóbr materialnych w relacji do jednostkowej tożsamości, i eksplorowanie go empirycznie maksymalnie głęboko, z pominięciem innych zagadnień, np. zagadnień kulturowych odniesień w relacjach z dobrami materialnymi, a tym samym dążenie do wyczerpującego

opisu i wyjaśnienia jednego tylko problemu. Drugie rozwiązanie natomiast postuluje zaprezentowanie możliwie szerokiego obszaru zagadnień, w jakim mieści się aktywność badawcza, oraz zasygnalizowanie różnorodności problemów i wstępnych rozstrzygnięć, wskazujących możliwości dalszych badań.

Wybrałam drugie rozwiązanie przede wszystkim z uwagi na to, że psychologia relacji człowieka ze światem dóbr materialnych nie jest dziedziną szeroko znaną, trudno zatem byłoby opierać się na ogólnie znanych odniesieniach teoretycznych i empirycznych, w świetle których dogłębna analiza jednego wybranego zagadnienia doprowadziłaby do owocnych i znaczących efektów. W początkowej fazie przedstawiania tego nowego w polskiej psychologii obszaru wiedzy o człowieku wydawało się bardziej uzasadnione przedstawienie szerszego *spectrum* problemów i wielu „próbek” empirycznych, nawet narażając się na zarzut cząstkowego potraktowania pewnych zagadnień.

Rozdział 1. prezentowanej pracy ma na celu zarysowanie tła i wyznaczenie ram teoretycznych dla rozważań na temat psychologicznego sensu posiadania dóbr materialnych. Tłem jest społeczno-kulturowy kontekst, który znajduje najpełniejsze odzwierciedlenie w socjologicznych analizach postindustrialnego społeczeństwa kapitalistycznego. Ramy teoretyczne wyznacza natomiast szereg teorii i koncepcji — mniej lub bardziej dojrzałych, wysmakowanych teoretycznie i uzasadnionych empirycznie, które starają się wyjaśnić, dlaczego ludzie gromadzą rzeczy oraz do czego je wykorzystują. Koncepcje te stanowią podstawę i punkt wyjścia wielu badań empirycznych, nie tylko w obszarze psychologii posiadania, ale również w ramach badania zachowań konsumenckich i szerzej rozumianych zachowań ekonomicznych człowieka.

W rozdziale 2. podejmuję próbę systematyzacji powodów gromadzenia rzeczy i znaczeń, jakie ludzie posiadanym dobrom przypisują, a które wyrażają się w funkcjach pełnionych przez nie w życiu człowieka. Rzeczy i ich funkcje zmieniają się w toku życia człowieka wraz z przechodzeniem z jednego etapu cyklu życiowego do kolejnego. Różnią się także w zależności od miejsca posiadacza w hierarchii społecznego i materialnego statusu oraz płci. Prawidłowości w tym względzie, które udało się zidentyfikować badaczom w odniesieniu do społeczeństw zachodnich, określanych mianem „rozwinętych społeczeństw konsumpcyjnych”, weryfikuję w badaniach na polskiej próbie, reprezentującej społeczeństwo konsumpcyjne u początków swego rozwoju.

Rozdział 3. traktuje o materializmie. Odnosi się więc do problemu subiektywnej ważności posiadania i centralności dóbr materialnych w sposobie widzenia świata przez jednostki. Poruszane są w nim konceptualne problemy narosłe wokół pojęcia i istoty materializmu, które staram się uporządkować w ramach pewnego teoretycznego modelu tego zjawiska. Odnoszę się również

do jednego z istotnych dylematów człowieka otaczającego się dobrami materialnymi i marzącego o posiadaniu ich w coraz większym zakresie ilościowym i jakościowym — czy posiadanie daje szczęście? Wyniki stosunkowo licznych badań, które poruszają problem szczęścia i posiadania, pozwalają na to pytanie udzielić dość precyzyjnej odpowiedzi. Na zakończenie proponuję narzędzie do badania materializmu, alternatywne do rozpowszechnionych w psychologii posiadania metod, mocniej niż te ostatnie osadzone w kulturowych i ekonomicznych realiach, w jakich porusza się polski posiadacz dóbr materialnych.

Rozdział 4. kontynuuje wątki przedstawione w rozważaniach nad orientacją materialistyczną. Punktem wyjścia jest tu założenie, że dobra materialne — przynajmniej w życiu niektórych ludzi — odgrywają niezmiernie istotną rolę, a na dodatek są związane z poczuciem szczęścia i satysfakcji życiowej. Jeśli rzeczywiście ich rola jest tak wielka, to posiadanie rzeczy materialnych powinno „podpierać” Ja — pełnić wobec niego funkcję ochronną, kompensacyjną, a może również afirmacyjną. W rozdziale tym przybliżyłam teorie, na których gruncie tak rozumiana funkcjonalność dóbr materialnych mogłaby znaleźć uzasadnienie i potwierdzenie. Prezentuję też wyniki eksperymentu, weryfikującego hipotezę o roli posiadanych dóbr dla ochrony i wzmocnienia obrazu samego siebie oraz poczucia własnej wartości.

Rozdział 5. w pewnym sensie odwołuje się do Frommowskiego dylematu, odnoszącego się do relacji pomiędzy „mieć” i „być” (por. FROMM, 1995). Wychozę w nim jednakże z zupełnie odmiennej teoretycznej perspektywy — perspektywy poznawczej, dążąc do pokazania, w jaki sposób „mieć” wchodzi w związku z „być”, tzn. jak posiadanie dóbr materialnych wiąże się z charakterem tożsamości jednostkowej w jej wymiarze indywidualnym i społecznym. Prezentowane w tym rozdziale badania empiryczne odnoszą się do bezpośrednich relacji pomiędzy tożsamością a ilością, jakością i funkcjami cenionych dóbr oraz ogólną postawą wobec posiadania.

Rozdział 6. stanowi poszerzenie problematyki przedstawionej w rozdziale poprzednim — poprzez osadzenie zagadnień tożsamości i stosunku do dóbr materialnych w szerokim kontekście społeczno-kulturowym, określonym przez orientację indywidualistyczną lub kolektywistyczną. Tożsamość w powiązaniu ze stosunkiem do dóbr materialnych traktowana jest jako centralny element szeroko rozumianych jednostkowych orientacji społecznych. Przedstawione w tym rozdziale badania koncentrują się na odpowiedzi na pytanie, czy rzeczywiście teza — sugerowana zwłaszcza przez socjologów — o współwystępowaniu indywidualizmu i materializmu w kulturze euroamerykańskiej ma uzasadnienie psychologiczne. Jest to również pytanie o względną siłę indywidualizmu i kolektywizmu w obu wymiarach — kulturowym i indywidualnym, w kształtowaniu potrzeb i postaw związanych z posiadaniem dóbr materialnych oraz w nadawaniu sensu i znaczenia posiadaniu rzeczy.

Ostatni rozdział jest podsumowującą próbą określenia roli dóbr materialnych w relacji do tożsamości jednostkowej i wskazania potencjalnych kierunków dalszych badań. Zdaję sobie sprawę z tego, że każda uogólniająca odpowiedź na pytanie o sens posiadania dóbr materialnych jest ryzykowna, zwłaszcza w świetle apokaliptycznych niemalże opisów funkcjonowania społeczeństw konsumpcyjnych zawartych w pracach socjologicznych. Moim zamiarem nie jest tu jednak dopisywanie kolejnych rozdziałów do tejże „konsumpcyjnej apokalipsy”, ale sprowadzenie zagadnienia do wymiaru jednostkowego, „przykrojenie” odpowiedzi do ram dylematu człowieka poszukującego samego siebie w świecie wypełnionym przez dobra materialne.

Odpowiedź na pytanie o znaczenie posiadania dóbr w życiu jednostki jest również o tyle trudna, że trafność diagnozy zależy od społecznego i ekonomicznego „tu i teraz”. Pomysł i zarys tej książki powstały u schyłku XX wieku, który kończył się w świetle reflektorów spektakularnego postmodernistycznego teatru konsumpcji, w warunkach przepowiadanego przez Francisca FUKUYAMĘ (1997) „końca historii”. Początek XXI wieku pokazał jednakże, że historia nie wypowiedziała jeszcze ostatniego słowa. Tragiczne w skutkach starcie się kultur oraz recesja w światowej ekonomii mogą dramatycznie zmienić kontekst, w jakim przychodzi określać sens posiadania i gromadzenia materialnych zasobów.

*Podobno lista podziękowań, która otwiera publikowane prace naukowe, odzwierciedla poziom teoretycznej i empirycznej niepewności autora, wiążącej się ze stopniem zobiektywizowania standardów oceny, obowiązujących w ramach danej dyscypliny (SULS, FLETCHER, 1983) — im dłuższa, tym mniej pewnie autor czuje się na analizowanym przez siebie gruncie, więc tym bardziej w trakcie pracy nad swoim dziełem potrzebuje aprobaty mniej lub bardziej utytułowanych kolegów. Ja chciałabym zwrócić się z serdecznymi podziękowaniami do czterech Osób, co bynajmniej nie oznacza, że uważam obszar psychologii posiadania, a zwłaszcza mój wkład w jego eksplorację, za konceptualnie i metodologicznie jednoznaczny. Oznacza to jedynie, że tym właśnie Osobom należą się z mojej strony podziękowania szczególne.*

*Dziękuję Recenzentom — prof. UW dr hab. Maryli Goszczyńskiej i prof. dr. hab. Tadeuszowi Tyszcze — za wnikliwość spojrzenia i niezwykle inspirujące uwagi, które przyczyniły się wydatnie do nadania ostatecznego kształtu niniejszej pracy.*

*Dziękuję prof. dr hab. Zofii Ratajczak za wsparcie — nie tylko merytoryczne w postaci cennych sugestii, ale również za emocjonalne towarzyszenie mi w zmaganiach z duchem i materią tej książki oraz niezmiennie życzliwy stosunek do moich naukowych poczynąń.*



*Dziękuję również prof. dr hab. Wilhelminie Wosińskiej za przesyłane z dalekiej Arizony słowa zachęty, wyrażające głębokie przekonanie o potrzebie i sensowności podjęcia problematyki posiadania w ramach psychologii oraz mojej zdolności sprostania temu zadaniu.*

*Chcę także zaznaczyć, że większość badań przedstawionych w tej pracy zrealizowałam w ramach grantu nr 1740/1999 przyznanego mi przez Research Support Scheme of the Open Society Support Foundation.*

# 1. Kluczowe zagadnienia psychologii posiadania

## 1.1. Posiadanie dóbr i konsumpcja we współczesnych społeczeństwach

### 1.1.1. Konsumpcyjne dylematy wczesnego kapitalizmu

Konsumpcja jako szeroko rozumiane zjawisko społeczne od zawsze towarzyszyła ludzkości, ale we współczesnym świecie nabrała prawie dominującego znaczenia (FEATHERSTONE, 1990). Choć wydaje się ona nieodłącznym elementem kapitalizmu, nie zawsze stanowiła — jak obecnie — jego sedno. Max WEBER ([1905] 1994) w swojej pracy *Etyka protestancka a duch kapitalizmu* twierdzi wręcz, iż powstanie i rozwój kapitalizmu możliwe były dlatego, że wypracowywane w mozolnym trudzie środki nie były konsumowane, ale inwestowane. Kalwinizm oraz dogmat predestynacji jako podstawa moralności purytańskiej stały się etyczną bazą kapitalizmu. Sensem etycznym wczesnego kapitalizmu była natomiast praca jako wypełnienie powołania. Poprzez pracę purytanin nieustannie poszukiwał dowodów łaski Bożej. Bogacenie się — dla purytanina kapitalisty — stanowiło dość kłopotliwy z moralnego punktu widzenia efekt wysiłku. Gorsze jednakże od bogacenia się było „spoczywanie na bogactwie, konsumowanie go” (WEBER, [1905] 1994: 148). We wczesnej fazie kapitalizmu racjonalne i moralne wydawało się jedynie inwestowanie w produkcję i odrzucanie konsumpcji. Oczywiście, Weber dostrzegał również istnienie tzw. kapitalizmu łupieżczego, mającego na celu wyłącznie bogacenie się, za którym stało odrzucenie wszelkich moralnych zasad. Zdaniem autora ten łupieżczy kapitalizm musiał przegrać w starciu z racjonalnym moralnym kapitalizmem, ponieważ zbyt szybko wyczerpał dostępne zasoby.

Efektem ubocznym wczesnego kapitalizmu było jednakże nagromadzenie środków i obfitość coraz bardziej dostępnych dóbr materialnych. Naturalną

konsekwencją tej obfitości dóbr we współczesnym kapitalizmie stała się konsumpcja, co stanowi swoisty paradoks, zważywszy na etyczne korzenie tej formacji.

Do problemu konsumpcji we wczesnym kapitalizmie odniósł się wybitny, acz kontrowersyjny, przedstawiciel nauk społecznych przełomu wieków Thorstein VEBLEN ([1899] 1971) w swojej *Teorii klasy próżniaczej*. Jego zdaniem najbardziej ewidentnym wyznacznikiem społecznego statusu na przestrzeni wieków była możliwość próżnowania lub konieczność pracy. Uprzywilejowane klasy społeczne — zwłaszcza arystokracja — przede wszystkim próżnowały, natomiast pracą trudniły się klasy niższe. Nawet w obrębie gospodarstw domowych próżnowanie i praca wyznaczały swoiste hierarchie. Mężczyźni — jako uprzywilejowani — wojowali lub polowali, co Veblen uznaje za specyficzne formy próżnowania. Kobiety natomiast wykonywały niezbędne prace potrzebne do niezakłóconego funkcjonowania gospodarstwa domowego wojownika i myśliwego, co spychało je jednoznacznie na podrzędną pozycję w tymże gospodarstwie. Z biegiem czasu jednakże kobiety dopuszczone zostały do klasowego próżnowania, ponieważ dostrzeżono ich potencjalną rolę jako wyrazicielek statusu społecznego mężów lub ojców. Standardy kobiecej urody i noszony przez kobiety z wyższych klas ubiór — zauważa Veblen — praktycznie uniemożliwiały im jakąkolwiek pracę, stanowiąc bezpośredni sygnał o przynależności kobiety i jej „właściciela” do odpowiedniej klasy społecznej.

Kapitalizm, powodując kumulację środków finansowych w rękach osób dotychczas nie zaliczanych do „klasy próżniaczej”, zaburzył jednoznaczność społecznych wyznaczników statusu. Powstała klasa ludzi pracujących, dysponujących znacznym kapitałem, mających jednakże niższy status społeczny niż próżnująca arystokracja<sup>1</sup>. Z biegiem czasu pracujący kapitaliści znaleźli sposób wyrażania swojej społecznej pozycji, adaptując standard arystokra-

---

<sup>1</sup> Niezwykle dobitnie różnice pomiędzy „nowym” kapitalistycznym bogactwem a „starym” — w założeniach arystokratycznym — pokazuje Joseph Heller w następującym fragmencie *Paragrafu 22*:

„... Zapamiętaj sobie — przypominała mu często matka — że nazywasz się Nately. Nie jakiś tam Vanderbilt, który zawdzięcza fortunę pospolitemu kapitanowi holownika, ani Rockefeller, którego bogactwo jest wynikiem bezwzględnych spekulacji ropą naftową, ani Reynolds czy Duke, którzy dorobili się na sprzedaży nieświadomym nabywcom produktów skażonych składnikami rakotwórczymi, i na pewno nie Astor, którego rodzina, o ile się nie mylę, do dziś wynajmuje pokoje. Ty jesteś Nately, a nasza rodzina nigdy nic nie robiła, aby zdobyć pieniądze.

— Twojej matce chodzi o to, synu — wtrącił łagodnie ojciec, [...] że stare bogactwo jest lepsze niż nowe bogactwo i że ludzie, którzy niedawno się wzbogacili, zasługują na znacznie mniejszy szacunek niż ci, którzy niedawno zubożeli” (HELLER, 1995: 258; w tłumaczeniu L. Jęczyńska).

tycznego próżnowania do własnych potrzeb i warunków. Otóż, inne osoby — przede wszystkim ich żony, ale również służba — mogły próżnować w ich zastępstwie. Według Veblena — podnosiło to ich pozycję społeczną. Z czasem nastąpiły zmiany i w tym zakresie. „[...] obecny kierunek rozwoju społeczno-ekonomicznego działa na rzecz konsumpcji na pokaz kosztem próżnowania na pokaz” — to zdanie VEBLEN ([1899] 1971: 80) napisał w odniesieniu do pierwszej generacji amerykańskiej burżuazji, która wygrała wojnę secesyjną i rozpoczęła nowy etap kapitalizmu. Jego sensem przestała być praca, a stała się konsumpcja (por. FEATHERSTONE, 1990; BOCOŁK, 1993). We współczesnym świecie to zdanie Veblena ciągle odnosi się do sposobu zaznaczania statusu przez grupy aspirujące do wyższej pozycji społecznej, a jego nazwisko sygnuje jeden z ekonomicznych paradoksów określających wzrost popytu na kosztowne dobra prestiżowe wraz ze wzrostem ich ceny (por. JABŁOŃSKA, 1999).

We wczesnym kapitalizmie stratyfikacja społeczna oparta była na profesji („powołaniu” — jak to nazywał Weber), jaką dana osoba — zwykle głowa rodziny, czyli mężczyzna — wykonywała. W rozwiniętym kapitalizmie natomiast zarówno tożsamość społeczna, jak i miejsce w społecznej hierarchii wyznaczone są przez role pełnione poza miejscem pracy. Szczególnie dotyczy to określonego stylu życia i wzorców konsumpcji. Praca zapewnia jedynie pieniądze na nabywanie dóbr, które są z kolei potrzebne do konstruowania i podtrzymywania jednostkowej tożsamości w obrębie określonych stylów życia (BOURDIEU, 1984; FEATHERSTONE, 1990; BOCOŁK, 1993).

### **1.1.2. Kreacyjność i spektakularność konsumpcji w warunkach rozwiniętego kapitalizmu**

Problem konsumpcji w kontekście kapitalistycznego społeczeństwa, choć niewątpliwie istniał od początku rozwoju formacji, zaznaczył się ze szczególną siłą w momencie przejścia od jej modernistycznej fazy do postmodernistycznej w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Modernizm zakładał istnienie społeczeństwa industrialnego, zurbanizowanego — w tym sensie właśnie kapitalistycznego, w którym klasy społeczno-ekonomiczne wyznaczały style życia i poczucie, kim się jest. Dla postmodernizmu natomiast właściwe stało się społeczeństwo postindustrialne, zamieszkujące komfortowe domy na przedmieściach, kwestionujące stare, ustabilizowane wyznaczniki tożsamości społecznej (por. TOFFLER, 1998; BOCOŁK, 1993; VAN RAAIJ, 1993). Stabilna przynależność do grup i społeczności zastąpiona została ograniczonym w czasie ciągiem „plemiennych” członkostw (MAFFESOLI, 1988), zmieniających się w zależności od upodobań i podszeptów niestabilnej rzeczywistości zewnętrznej (TOFFLER, 1998).

W odniesieniu do świata rzeczy materialnych postmodernizm akcentuje fakt, że świat ten nie jest produktem rozwoju technologicznego, ale efektem pewnego kulturowego procesu, który konstruuje sens oraz znaczenie posiadania i konsumpcji na równi z siłami ekonomicznymi. W modernistycznej fazie rozwoju kapitalizmu nacisk położony był na produkcję i jej twórczą moc kreowania wartości w życiu człowieka. Konsumpcja natomiast widziana była jako działalność destrukcyjna i profanacja — „pożeranie” wartości w trakcie użytkowania. Dychotomia: produkcja — konsumpcja przekładała się również na inne dychotomie świata modernistycznego, takie jak: ekonomia — kultura, męskość — kobiecość, przy czym zarówno ekonomia, jak i męska rola producenta dóbr i tym samym wartości stawiane były wyżej niż kultura, określająca sposób użytkowania tych dóbr, oraz kobieca głównie rola „konsumenta wartości” (DERRIDA, 1976; POLANYI, 1977; SAFFIOTI, 1978). W warunkach postindustrialnego społeczeństwa produkcja i konsumpcja nabrały równych praw jako obszary społecznej partycypacji. Konsumpcja stała się również działalnością kreującą wartości, w innym jednakże sensie niż produkcja. Posiadanie i konsumowanie dóbr przestało być osobistym, prywatnym aktem destrukcji, a stało się aktem społecznym, w trakcie którego produkowane są znaczenia — znaki i symbole o ogromnej społecznej ważności (BAUDRILLARD, [1970] 1998; FEATHERSTONE, 1990; LEISS, KLINE, JHALLY, 1990; BREEN, 1993). W postmodernistycznym sensie proces produkcji nigdy się nie kończy — w każdym momencie następującego po nim procesu konsumpcji coś jest wytwarzane: obiekt, osoba, wyobrażenie, znak, symbol. TOFFLER (1998) nazywa to połączenie produkcji z konsumpcją „prosumpcją”, a FEATHERSTONE (1993) określa cały proces mianem „produkcji konsumpcji”.

Czasy współczesne można określić mianem czasów symbolu i spektakularyzacji, a widowiskowość kultury konsumpcji ma już wymiar globalny (FIRAT, VENKATESH, 1995). Współczesny rynek dóbr konsumpcyjnych „opakowuje” zwykłe ludzkie zachowania w ramach codzienności w znaczenie i przedstawia konsumentowi jako olśniewające, kuszące. Dobrom materialnym zostaje z góry przypisana rola w określonym stylu życia, do czego wydatnie przyczynia się reklama. Spożywanie zwykłego śniadania z bułką posmarowaną jakąś margaryną urasta do poziomu brzemiennego w znaczenia i wartości spektaklu, a noszone przez nastolatki, zwykłe kolorowe sweterki mają być kojarzone z najboleśniejzszymi problemami współczesności<sup>2</sup>. Świat przestaje być materialny, staje się symboliczny (BAUDRILLARD, [1970] 1998; LEISS, KLINE, JHALLY, 1990; WILLIAMSON, 1978). W tym świecie znaczeń i symboli, w jakie przemieniona została codzienność, jednostka ma możliwość uczestniczenia w sposób najbardziej jej odpowiadający, czyli może się angażować w różne doświadczenia bez szczególnych konsekwencji i poczucia ograniczonej swobody

---

<sup>2</sup> Zgodnie z założeniami „ideologa” firmy Benetton Oliviero Toscaniego.

wyboru. Fragmentaryzacja i decentracja najlepiej charakteryzują jednostkę w postmodernistycznym świecie, pozwalają bowiem na znalezienie fragmentu rzeczywistości w danym momencie w najwyższym stopniu pasującego do danej jednostki, jednakże z możliwością zmiany w każdej chwili. Różnorodność i dostępność rzeczy mających wagę symbolu umożliwia nieustanną transformację, bez konieczności zachowywania ciągłości. W proponowanym spektaklu każdy może grać rolę, jaka mu się zamarzy — większość rekwizytów jest w zasięgu ręki. Tę różnorodność i zmienność rzeczywistości, w której funkcjonuje współczesny człowiek, trafnie charakteryzuje TOFFLER (1998), pisząc o mnogości „subkultów” lub „plemion” (MAFFESOLI, 1988) — pomiędzy którymi przemieszcza się jednostka w poszukiwaniu swojego miejsca w postindustrialnym społeczeństwie. Brak jest bowiem zakotwiczonych standardów określających, kto jest kim. Istnieje możliwość prawie dowolnej zmiany swojego miejsca w obrębie różnych grup społecznych — wiekowych, subkulturowych, zawodowych, a zmiany te mogą być wspomagane poprzez dobór odpowiednich obiektów materialnych i wzorców konsumpcji.

### 1.1.3. „Bezklasowość” współczesnej konsumpcji

Zmiany, jakie dotknęły społeczeństwa zachodnioeuropejskie i społeczeństwo amerykańskie po II wojnie światowej, uniemożliwiły utrzymanie *status quo* opartego na tradycyjnej stratyfikacji społecznej. Ludzie z przedwojennych klas niższych uzyskali dostęp do wykształcenia i — co za tym idzie — do szerokiego spectrum profesji. W czasach postindustrialnego kapitalizmu mało kto, rodząc się w obrębie jakiejś grupy społecznej, w niej pozostawał. Nastąpiło — posługując się terminologią z obszaru ról społecznych (por. NEWCOMB, 1964) — odejście od funkcjonowania w rolach przypisanych, na rzecz praktycznie nieskrępowanego wyboru z repertuaru ról wspólnych.

„Muzyka rockowa zawędrowała do kościołów; piłkarze piją najlepszego szampana; gwiazdy pop z większym prawdopodobieństwem kupią rolls-royce’a niż członkowie starej angielskiej arystokracji” — pisze Robert Bocock (1993: 81), uzasadniając tezę o kompletnym rozpadzie klarownej hierarchii statusu społecznego w warunkach postindustrialnych, zarówno w Europie z feudalną przeszłością, jak i w „nowym świecie” Ameryki. W uporządkowanym świecie wyraźnie zdefiniowanych klas społecznych dane dobra i wzorce konsumpcji przypisane były grupom o określonym statusie społecznym. We współczesnym świecie sprawa materialnych wskaźników statusu społecznego w istotny sposób się skomplikowała, również z uwagi na rozwój technologiczny, powodujący, że urządzenia, które zaledwie kilka—kilkanaście lat temu były absolutnym „cudem techniki”, bardzo szybko stają się stosunkowo niedrogim standardem wyposażenia domu, a na dodatek „starzeją się” i są zastę-

powane przez kolejne generacje technologicznie, coraz bardziej doskonałe. Przykładowo, jeszcze niedawno posiadanie telewizora, a potem telewizora kolorowego stanowiło komunikat o zamożności posiadacza, obecnie zaś raczej brak telewizora jest komunikatem i klasyfikuje daną osobę jako ubogą, znajdującą się na niskim poziomie społecznej hierarchii materialnego statusu. Natomiast jeśli następuje świadome odrzucenie tego przedmiotu, to jego brak staje się wyrazem niekonwencjonalności i nonkonformizmu, przypisywanego ludziom bynajmniej nie najniżej cenionym w społecznej hierarchii (por. LUNT, LIVINGSTONE, 1992).

Na początku wieku niemiecki socjolog Georg Simmel sformułował teorię *trickle-down*, odnoszącą się do fenomenu szybkich zmian w dziedzinie mody. Zdaniem Simmla ludzie z grup społecznych o niższym statusie — jednakże z aspiracjami do wyższego — imitują i adaptują symbole statusu właściwe grupie, która znajduje się wyżej w społecznej hierarchii. Tym samym symbole te się dewaluują, nabierają innego znaczenia. W odpowiedzi na taki stan rzeczy grupa o wyższym statusie wypracowuje nowe symbole. Członkowie grupy o niższym statusie znów je imitują i cały cykl się powtarza. Symbole statusu społecznego „ściekają” zatem w dół drabiny społecznej.

W postmodernistycznym podejściu do konsumpcji teorii tej w zasadzie nie da się utrzymać. Wszystkie grupy społeczne potencjalnie angażują się w kreowanie symboli. Ze względu na odmienny niż na początku wieku obieg informacji w społeczeństwie wszystkie grupy społeczne w tym samym czasie są informowane o pojawieniu się czegoś nowego na rynku, więc niekoniecznie muszą adaptować symbole używane przez grupę o wyższym statusie. Szczegółą rolę w tym procesie odgrywa reklama, która nie tylko informuje symultanicznie wszystkich o zaistnieniu danego produktu, ale również nadaje produktowi określone znaczenie w kategoriach już nie statusu i prestiżu, lecz raczej tożsamości społecznej (LEISS, KLINE, JHALLY, 1990). Na dodatek większość dóbr jest w zasięgu ręki, wzrasta ich liczba, są coraz bardziej dostępne, również cenowo. Dobra, które kiedyś mogły mieć wartość symbolu statusu społecznego, teraz nie tyle „ściekają” w dół społecznej drabiny, ile „rozlewają” swoje znaczenie i wartość symboliczną na zróżnicowane środowiska społeczne.

Peter LUNT (1995), podążając za tezą Paula BLUMBERGA (1974) i zwracając uwagę na zjawisko dokonującego się w ostatnim czasie przesunięcia akcentów oraz stopniowej utraty przez dobra materialne ich prestiżowego znaczenia, sugeruje, że dobra te nabierają coraz większego znaczenia jako sposób ekspresji samego siebie i wyraz osobistego rozwoju. Gwałtowny wzrost konsumpcji i tym samym zmiany w zasobie dóbr znajdujących zastosowanie w gospodarstwach domowych likwidują różnice w obrębie grup i klas społecznych. Ogromna ilość różnego rodzaju dóbr ze względu na masowe ich produkowanie stała się dostępna praktycznie dla każdego. Tym samym materialne warunki,



w jakich żyją ludzie, zaczynają zatracać swoje indywidualne cechy. Trudno jest teraz, patrząc na wyposażenie gospodarstw domowych rodzin robotniczych, rolniczych czy klasy średniej, znaleźć bardzo wyraziste różnice (por. GÓRNIAK, 2000). Konsumpcja ulega daleko idącej demokratyzacji, pozbawiając jednakże konsumentów jednej z istotnych kategorii definiujących ich społeczną tożsamość. W rezultacie konsumpcja zaczyna zaspokajać przede wszystkim hedonistyczne i indywidualistyczne potrzeby.

Konsekwencją „bezklasowej” konsumpcji jest również to, że ludzie, którzy mają praktycznie nieograniczoną swobodę wyboru dóbr materialnych, wypracowują swoją społeczną tożsamość z uwzględnieniem tych dóbr w małej skali własnej, bezpośredniej grupy odniesienia, a nie ogólnego systemu klas (BLUMBERG, 1974). Dokonuje się zatem coś, co już w 1970 r. sygnalizował TOFFLER (1998), mówiąc o decentracji i fragmentaryzacji, wyrażających się w mnogości atrakcyjnych dla jednostki grup, z którymi identyfikuje się ona szybciej i łatwiej, ale równocześnie mniej zobowiązująco, niż z tradycyjną „klasą społeczną”. Ludzie czasowo gromadzą się więc w nieustannie zmieniających swą postać „plemionach”. Zamiast traktować określone dobra jako wyznaczniki statusu materialnego i społecznego, zwracają się w kierunku ich „form”, definiowanych przykładowo przez firmową markę. W tym sensie kobieta z grupy o wyższym statusie komunikuje ten status, kupując np. ubiory z limitowanych kolekcji wielkich projektantów, a jej mąż wyszukuje w ekskluzywnych katalogach limitowanych serii bardzo drogich elementów wyposażenia domu, zaprojektowanego przez modnego w jego grupie odniesienia architekta.

Zagrożone masowością konsumpcji grupy ludzi, którzy chcą utrzymać pewne wyznaczniki swojej pozycji społecznej, mogą również stosować inny mechanizm obrony. W obliczu ostentacyjnej konsumpcji masowego konsumenta, polegającej na kupowaniu wszystkiego, co nowe, drogie i eksponujące możliwości finansowe, zwłaszcza świeżo osiągnięte, ludzie pragnący zaznaczyć swoją pozycję otaczają się rzeczami uboższymi (nieraz pozornie), niż by to wynikało z ich finansowych możliwości (LEA, TARPY, WEBLEY, 1987; BROOKS, 1981). Pozycja społeczna podkreślana jest raczej przez zaznaczanie odmienności niż ostentację. Pozornie te same dobra są w użyciu, ale różnią się „gatunkiem”, co przyjmuje niekiedy postać anykonsumpcji lub „podkonsumpcji” (BAUDRILLARD, [1970] 1998). Natomiast „nowobogaccy”, którzy posługują się strategią ostentacyjnej konsumpcji, zostają rozpoznani i odpowiednio umiejscowieni w przestrzeni społecznej (FEATHERSTONE, 1990).

#### **1.1.4. Konsumpcja a problemy tożsamości jednostkowej**

W posiadaniu dóbr materialnych i intensywnej konsumpcji niektórzy badacze dostrzegają istotne zagrożenia dla poczucia tożsamości oraz poczucia sensu

i celu życiowego (np. BAUDRILLARD, [1970] 1988; TOFFLER, 1998), inni natomiast widzą pozytywne aspekty. Daniel MILLER (1987) zdaje się sugerować, że konsumpcja dóbr materialnych stanowi dla współczesnego człowieka główne doświadczenie „wyzwalające” (*liberating*). Konsumpcja ma być znaczącym obszarem autonomii jednostki w społeczeństwie, które ją coraz bardziej alienuje poprzez wprawienie w ruch mechanizmów biurokratyzujących codzienne życie. Podobnego zdania jest Åke DAUN (1983), który traktuje posiadanie i konsumpcję dóbr materialnych m.in. jako instrument nieskrępowanej jeszcze wolności i autonomii jednostki.

Inny, raczej pozytywny aspekt samookreślania się przez dobra materialne i konsumpcję dostrzega Aldona JAWŁOWSKA (2001), twierdząc, że alternatywą „tożsamości konsumenckich” są groźniejsze tożsamości oparte na silnych identyfikacjach ideologicznych, czego efektem może być fundamentalizm. Jej zdaniem: „Tożsamość konsumencka spłyca, redukując człowieka do materialnego wymiaru, lecz nie zagraża innym. Tożsamość budowana na podstawie silnie zinternalizowanych idei, wartości czy identyfikacji grupowych może prowadzić do nietolerancji i wrogości wobec »Obcych«” (JAWŁOWSKA, 2001: 57). Wobec takiej alternatywy konsumpcja wydaje się stosunkowo bezpiecznym „wentylem bezpieczeństwa”.

Z traktowaniem konsumpcji jako remedium na alienację we współczesnym świecie zdecydowanie nie zgadza się Philip CUSHMAN (1990/1992), który uważa, że głównym problemem współczesnego autonomicznego człowieka jest „puste Ja” (por. LYOTARD, [1979] 1997). Jego genezę wyjaśnia w sposób następujący: „Od końca drugiej wojny światowej w klasie średniej kształtowało się puste Ja. Jest ono puste częściowo z braku rodziny, wspólnoty, tradycji [...]. Jest to Ja, które próbując walczyć z rosnącą alienacją i dezintegracją swych czasów, stara się o to, by być stale wypełniane poprzez konsumowanie dóbr, kalorii, doświadczeń, polityków, partnerów [...] oraz empatycznych terapeutów” (CUSHMAN, 1990/1992: 31). To Ja już nie jest pasywne i oczekujące pomocy — stwierdza autor — jest „także agresywne, czasem desperackie, zachłanne. [...] Ci, którzy są zdesperowani i nie mają nadziei na poprawę życia, mogą odczuwać nieodpartą chęć konsumowania i przyjęcia nowej tożsamości, nowego życia. Obiecuje się im magicznie zmienione, dzięki używaniu określonej pasty do zębów [...] nowe ja” (CUSHMAN, 1990/1992: 42). Innymi słowy — we współczesnym świecie mamy do czynienia z sytuacją, gdy abstrakcyjne właściwości indywidualne domagają się skonkretyzowania. Wobec braku innych punktów zaczepienia dla jednostkowej tożsamości, np. w postaci przynależności do określonej klasy społecznej, dobra materialne stają się stosunkowo łatwo dostępnym i łatwym do zasymilowania „wypełniaczem” tożsamości, która definiowana jest wtedy raczej poprzez to, co dana jednostka ma, a nie to, kim jest.

Na podobny problem zwraca uwagę Jan Paweł II, w encyklice *Centesimus Annus*: „[...] alienacja połączona z utratą autentycznego sensu istnienia jest zjawiskiem obecnym również w rzeczywistości społeczeństw zachodnich. Występuje ona w sferze konsumpcji, gdy człowiek wikła się w sieć fałszywych i powierzchownych satysfakcji, podczas gdy powinien spotkać się z pomocą w autentycznej i konkretnej realizacji swojej osobowości” (JAN PAWEŁ II, 1996: 676). Konsumpcja traktowana jest tu raczej jako zjawisko pogłębiające alienację, nie zaś środek zaradczy.

Sens i funkcje posiadania dóbr materialnych, które w rozwiniętym „modernistycznym” kapitalizmie miały ścisły związek ze stratyfikacją społeczną i stanowiły czytelny wyznacznik statusu oraz prestiżu społecznego, w społeczeństwie postindustrialnym i postmodernistycznym zatraciły swoją wyrazistość. Sens i funkcje otaczania się dobrami materialnymi wiążą się obecnie raczej z różnymi aspektami Ja indywidualnego — nawet zmagającego się z poważnymi problemami, takimi jak alienacja i pustka, niż z próbą umiejscawiania siebie w określonej grupie czy klasie społecznej. Wydaje się więc, że sens posiadania zatracą swój wymiar socjologiczny na rzecz wymiaru psychologicznego. Niezwykle celnie tendencję tę zobrazowała Karen BLIXEN (1997) w jednym z esejów w tomie *Dagerotypy*. Otóż przedstawia ona styl życia dawnej klasy wyższej, charakteryzujący się przede wszystkim dbałością o utrzymywanie prestiżu. Wymyślne, acz mało praktyczne i krępujące ruchy ubrania, piękne, acz niewygodne meble, ogromne, acz słabo ogrzewane komnaty podkreślały bogactwo i władzę swoich właścicieli, ale nie zapewniały im komfortu. Komfort pojawiał się niejako w momencie rezygnacji z tradycyjnych wyznaczników prestiżu i statusu społecznego w postaci materialnego przepychu. Im bliżej współczesności (i zapewne postmodernizmu), tym ważniejsze stawały się komfort i zaspokojenie indywidualnych potrzeb, a nie wypełnianie obowiązków wynikających z klasowego *noblesse oblige*. Wydaje się, że z czasem tenże komfort stał się wyznacznikiem prestiżu społecznego. Dlatego posiadacz fortuny liczonej na miliony dolarów może pokazać się publicznie w wytartych jeansach i starym swetrze, w którym jest mu wygodnie, a nowobogacki potrzebuje w każdej sytuacji drogich ubrań odpowiedniej marki.

### 1.1.5. Specyfika konsumpcji postsocjalistycznej

Czy jednak tendencja do odchodzenia od prestiżowego wymiaru dóbr na rzecz indywidualnej ekspresji i komfortu jest uniwersalna? Jeśli nawet teza o stopniowej utracie przez dobra materialne wymiaru prestiżowego w obliczu rozpadającego się systemu stratyfikacji społecznej jest prawdziwa w odnie-

sieniu do ludzi żyjących w rozwiniętych społeczeństwach kapitalistycznych<sup>3</sup>, to czy sprawdza się ona również w przypadku społeczeństw Europy Środkowej, które po 40 latach gospodarki centralnie sterowanej próbują doganiać świat kapitalistyczny?

Do niedawna Polacy bili rekordy, jeśli chodzi o kupowanie nowych samochodów dobrych zachodnich marek. W „Magazynie” „Gazety Wyborczej” (6—7 XI 1998) Leszek K. Talko rozmawia z biznesmenem, który uważa, że kontrahent, noszący gorszy zegarek niż jego Chopard za 50 tys. zł lub podpisujący kontrakty zwykłym długopisem, a nie piórem Mont Blanc wartym 1000 dolarów, nie jest poważnym partnerem. Okazuje się, że w Polsce sklepy oferujące produkty uznanych światowych projektantów za niebotyczne ceny całkiem dobrze prosperują i nie narzekają na brak klientów. Można się zastanawiać, po co komu wanna za 25 tys. zł, jeśli całkiem przyjemnie można się wykąpać w takiej za 1000 zł.

Odpowiedź na tak postawione pytania podsuwa Grant McCracken (1986), twierdząc, że kupowanie drogich rzeczy wiąże się z pogonią za szczęściem i nieustannie oddalającym się ideałem spełnienia. Wanna za 25 tys. zł i zegarek za 50 tys. mają być pomostem wiodącym do realizacji idealnej wizji szczęśliwego życia.

Robert Bocock (1993) z kolei uważa, że kapitalizm okazał się systemem atrakcyjnym zarówno dla krajów Zachodu (pomimo zawirowań i „rewolucji antykonsumenckiej” lat sześćdziesiątych), jak i Wschodu z tego powodu, że zapewniał — lub wydawał się zapewniać — dostęp do dóbr konsumpcyjnych, które ludzie po prostu chcieli mieć. Zdaniem tego autora w zasadzie jedynym motorem zmian w Europie Środkowej i Wschodniej wydaje się właśnie niepoohamowana żądza dóbr materialnych, które Zachód oferował od dawna swoim obywatelom, a które w warunkach gospodarki socjalistycznej były nieosiągalne lub reglamentowane. Informacje o „konsumpcyjnym raj” docierały do ludzi, którym wydzielano podstawowe dobra codziennego użytku, i powodowały poczucie ogromnej deprivacji. Russell W. Belk (1998) — analizując zjawisko niesłychanej popularności dóbr luksusowych w obecnej Rosji i Rumunii — uważa, że wyrasta ono z poczucia zasługiwania, upoważnienia do takiego samego standardu życia, jak na Zachodzie oraz z potrzeby bycia szanowanym.

---

<sup>3</sup> Nie do końca z tezą tą zgadzają się np. Adrian Furnham i Michael Argyle (1998), którzy ciągle dostrzegają przejawy ostentacyjnej prestiżowej konsumpcji w wydaniu prawie Veblenowskim w społeczeństwie angielskim, a także Simmlowski mechanizm *trickle down* w rozprzestrzenianiu się trendów w modzie. W tym ostatnim przypadku sami jednakże przyznają, że „ściekanie” nie następuje jednoznacznie z góry w dół. Trendy mogą rozprzestrzeniać się horyzontalnie albo nawet wędrować wzwyż drabiny prestiżu społecznego, jak to było np. z modą punk, która zrodziła się w najbardziej upośledzonych ekonomicznie oraz społecznie warstwach i powędrowała wzwyż do klasy średniej, a nawet wyżej.

Jednakże — jak trafnie zauważył poseł brytyjskiej Partii Pracy Brian Walden — „zbyt wielu ludzi aspiruje do szampańskiego stylu życia, mając piwne dochody” („Independent” 15 IV 1990; cyt. za: LUNT, LIVINGSTONE, 1992: 26). Nie wszystkie bowiem aspiracje materialne mogą zostać zaspokojone, co niesie ze sobą szereg konsekwencji nie tylko natury psychologicznej — ciągle frustracje, ale również ekonomicznej i społecznej — eskalacja niezadowolenia społecznego, protestów, żądań płacowych albo sprzyjanie demagogicznym zapewnieniom polityków o prostocie rozwiązań ekonomicznych, prowadzących wszystkich bez wyjątku do materialnego raj.

Wydaje się zatem, że w społeczeństwach, w których dokonują się polityczne, a zwłaszcza ekonomiczne zmiany, dobra materialne — przede wszystkim te odpowiedniej marki, opatrzone znanym nazwiskiem „designera” — ciągle służą społecznej stratyfikacji (por. JAWŁOWSKA, 2001). W warunkach tworzenia się klasy średniej, jak np. w Polsce, ludzie aspirujący do niej potrzebują jasnych wyznaczników przynależności, tym bardziej że takie kryteria, jak wykształcenie i zawód nie są wystarczające. Lekarze, nauczyciele lub prawnicy, którzy niejako z definicji tworzą zachodnią klasę średnią, obok przedsiębiorców i ludzi sprawujących „usługowe” funkcje dla biznesu, w warunkach polskich najczęściej nie mają wystarczających dochodów, by sprostać materialnym standardom klasy średniej. Nierzadko zaś posiadacze finansowych fortun do klasy średniej nie pasują, nie spełniając standardów kulturalnych. W takiej sytuacji odpowiedni dom w odpowiednim miejscu wyposażony w drogie przedmioty z odpowiednią metką, a także odpowiedni samochód i wakacje nad odpowiednim morzem lokują posiadacza tych dóbr w obrębie tej, jakże pożądanej przez niego klasy społecznej. Wydaje się, że dopiero mocne zakotwiczenie w nowym systemie społecznym może spowodować to, co stało się w ustabilizowanych społeczeństwach kapitalistycznych — odejście od desperackiego dążenia do wyrażania statusu społecznego poprzez drogie przedmioty na rzecz ekspresji własnej indywidualności i zapewnienia sobie komfortu pośród ulubionych przedmiotów. Możliwe, że polskie społeczeństwo musi przejść przez „pawią” fazę traktowania dóbr materialnych w kategoriach prestiżu, by stopniowo — zmęczone ostentacyjną konsumpcją — zająć się „kultywowaniem Ja” za pomocą rzeczy materialnych.

Podobny kierunek rozwoju społeczeństwa przewidywał Jan SZCZEPAŃSKI (1981) w swoich analizach odnoszących się do polskiego społeczeństwa konsumpcyjnego, które jakoby miało narodzić się w latach siedemdziesiątych. Uważał on jednak, że odejście od prestiżowej konsumpcji oznaczać będzie odejście od konsumpcji w ogóle. Twierdził, że: „[...] fascynacja masową konsumpcją cechuje zazwyczaj tylko pierwsze pokolenia wychodzące z niedostatku. Następne zaś pokolenia odkrywają już, że sens życia leży gdzie indziej, co rodzi przeciwko niej bunt i społeczne ruchy negatywne, w postaci np. ruchu

hippis; odkrywają, że zakres spraw ludzkich jest znacznie szerszy, że sens życia może leżeć w samorealizacji, w doskonaleniu cech umysłu i charakteru, czyli poza nabywaniem i posiadaniem dóbr. Następuje jakby ponowne odkrycie i rewaloryzacja stylu życia, ograniczającego się do zaspokojenia potrzeb rzeczywistych we wszystkich wymiarach ludzkiej egzystencji” (SZCZEPAŃSKI, 1981: 320—321).

Rzeczywistość nie potwierdziła jednakże nadziei autora wyrażonej w zacytowanym tu fragmencie. W warunkach zachodnich okazało się, iż jeśli nawet pokolenie „dzieci-kwiatów” samo nie dorosło w końcu do konsumpcji, to na pewno ich dzieci, poczęte gdzieś w kontestujących wartości materialnego dobrobytu komunach, wyrażnie się ku niej zwróciły. Stworzyły one generację określaną mianem *yuppies*, dla której podstawową wartością był szybki sukces, mierzony poziomem nie tyle materialnego dobrobytu, ile wręcz luksusu. Trudno znaleźć powody — może poza ekonomicznymi — dla których polskie społeczeństwo nie podążałoby tą samą drogą, tym bardziej że stosunkowo szybko zdewaluowany w warunkach zachodnich styl życia *yuppies* przez całe lata dziewięćdziesiąte był prezentowany przez media jako pozytywny wzorzec dla młodych Polaków.

## 1.2. Psychologiczne wyznaczniki własności dóbr materialnych

### 1.2.1. Co to znaczy „posiadać”?

Co to znaczy, że jakaś rzecz do kogoś należy? To podstawowe pytanie musi się stać punktem wyjścia systematycznych rozważań na temat funkcji i znaczenia posiadania. Stosunki własności powstają między ludźmi w związku z korzystaniem z dóbr materialnych oraz decydowaniem o nich. Z ekonomicznego punktu widzenia własność to zbiór efektywnie wykorzystywanych uprawnień, jakimi właściciel (podmiot własności) dysponuje w odniesieniu do określonego obiektu (przedmiotu własności). Uprawnienia te dotyczyć mogą faktycznego korzystania z obiektu własności (np. czerpania zysków) lub udziału w podejmowaniu decyzji dotyczących tego obiektu, czyli zarządzania nim. Własność opiera się na dwóch podstawowych zasadach — zasadzie wyłączności i zasadzie swobody transferu. Zasada wyłączności oznacza, że jedynie dana osoba ma prawo do dysponowania określonym dobrem i do wyłączenia innych z możliwości rozporządzania nim. Zasada swobody transferu z kolei ustala, że właściciel może obiekt własności bez przeszkód komuś przekazać. Dzieje się tak zwykle w procesie wymiany, którego rezul-

tatem jest określona alokacja zasobów (FURUBOTN, PEJOVICH, 1974; za: MILEWSKI, 1999).

Problem posiadania jest niewątpliwie istotnym zagadnieniem natury prawnej, ekonomicznej, etycznej i politycznej. W kontekście prezentowanych rozważań wydaje się, że ważniejszy od prawnych definicji własności i wyznaczników posiadania jest subiektywny wymiar tego, jak ludzie rozumieją i doświadczać fakty, że jakiś obiekt stanowi czyjaś własność, a inny do danej osoby nie należy. Kenneth E. BOULDING (1991), analizując złożoną naturę własności, twierdzi, że określają ją dwa podstawowe aspekty: rozpoznanie fizycznych i psychologicznych granic obiektu własności oraz wolność i niezależność dysponowania nim w obrębie tych rozpoznanych granic. Amitai ETZIONI (1991) zwraca natomiast uwagę na to, że pojęcie własności ma sens jedynie w sytuacji ograniczoności zasobów, kiedy niemożliwe jest to, by wszyscy mieli nieskrępowany dostęp do wszystkiego. W takiej sytuacji konieczne jest ustalenie reguł i praw określających, co do kogo należy i na jakiej podstawie.

Granice — w sensie zarówno fizycznym (np. ogrodzenie domu, ogrodu), jak i psychologicznym (osobista przestrzeń każdego członka rodziny w obrębie domu lub mieszkania) — odróżniają to, co jest „moje”, od tego, co „nie moje”. Pojęcie własności rozszerza się także poza jednostkę — na grupy, organizacje, społeczności, państwa, a wtedy granice określają, co jest „nasze”, co zaś „ich”. To ostatnie rozróżnienie odnosi się do pojęcia własności zbiorowej czy społecznej, które może być rozmyte i niejasne dla jednostek tę zbiorowość tworzących — jak w przypadku socjalistycznej „społecznej własności środków produkcji”. Stanowi wówczas źródło konfliktów i nieporozumień, w rezultacie czego pewne dobra stają się niczyje. Podobnie konfliktogenne są granice w istocie swojej niematerialne, wyznaczane przez społeczne ustalenia, odnoszące się np. do tego, gdzie kończy się jedno państwo lub miasto, a zaczyna drugie.

Wolność dysponowania własnością w obrębie jej granic jest drugim podstawowym wyznacznikiem posiadania. Nie jest to jednakże wolność absolutna, to bowiem, co jednostka czyni w relacji do własności w sieci społecznych interakcji, ma jakiś wpływ na inne jednostki, grupy i społeczności. Wolność i niezależność w dysponowaniu posiadanymi zasobami bywa zwykle limitowana przez regulacje prawne, niepisane zasady życia społecznego oraz społeczne uczenie się w obliczu aprobaty i akceptacji lub jej braku ze strony innych. Wolność i niezależność, często pozorna, dysponowania własnością — podkreślana przez BOULDINGA (1991) — wynika z zasady wyłączności, która sprowadza się do wyłącznego prawa kontrolowania danego obiektu przez określoną osobę lub grupę osób oraz wyłącznego prawa do kontrolowania użytkowania tego obiektu przez innych ludzi.



Wolność dysponowania i kontrola nad obiektem nie wyczerpują jednak problemu własności w jej subiektywnym aspekcie, czyli przeświadczenia i poczucia, że coś jest moje. Samo słowo „poczucie” implikuje istnienie pewnych emocji, związanych z posiadaniem danego przedmiotu. Są to z reguły pozytywne emocje, wynikające nawet ze zwykłego przyzwyczajenia, związanego z długotrwałym kontaktem z danym obiektem materialnym (por. BELK, 1991), rozciągające się w kierunku mniej lub bardziej wyraźnie uświadomionej i wyartykułowanej przyjemności oraz satysfakcji płynącej z posiadania pewnych rzeczy i zasobów. Już William JAMES ([1892] 2002) zwracał uwagę na to, że tylko wtedy, kiedy człowiek traktuje coś jako swoje własne, nadając temu emocjonalne znaczenie, dany przedmiot wchodzi w zakres Ja. Mamy wtedy do czynienia z posiadaniem „psychologicznym”. W odróżnieniu od posiadania „psychologicznego” posiadanie „formalne”, bez uczuciowego zabarwienia, nie powoduje praktycznie żadnych skutków dla Ja posiadacza, a przedmiot nie jest doświadczany jako „mój”.

Również Russell W. BELK (1988b; 1991) uważa, że ważnym czynnikiem konstytuującym poczucie własności w odniesieniu do określonych przedmiotów jest silny związek tych przedmiotów z własnym Ja posiadającego oraz ich funkcją poszerzającą zakres Ja. Jego zdaniem to poszerzenie Ja dzięki związkom z przedmiotem dokonuje się przez kontrolę nad obiektem, stworzenie go, choćby w procesie podejmowania decyzji o wyborze spośród oferowanych dóbr, oraz poznanie przedmiotu.

## 1.2.2. Legitymizacja posiadania

Kolejnym problemem nierozzerwalnie związanym z zagadnieniem własności jest jej legitymizacja, czyli uznanie jej przez innych, tworzących wspólnie z posiadaczem sieć zależności społecznych. Poczucie własności wyznaczone jest wprawdzie przez szczególny stosunek podmiotu do obiektu materialnego, jednakże prawo własności musi uwzględniać innych ludzi oraz ich stosunek do danego obiektu, a także rodzaj relacji pomiędzy podmiotem i jego otoczeniem społecznym. Warunkiem absolutnie koniecznym jest zgoda zaistniała pomiędzy ludźmi w grupie, w której funkcjonuje „posiadacz”, co do pewnych zasad i reguł własności (DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979] 1996). Członkowie tej grupy muszą podzielać te same przekonania i wyznawać te same wartości związane z posiadaniem. Muszą uznać, że dana rzecz rzeczywiście należy do jednej osoby, a inna osoba nie ma do niej żadnego prawa. Jeśli bowiem skonfrontujemy Eskimosa Ihalmiut, wywodzącego się ze społeczności, w której o użyciu przedmiotu decyduje nie formalne „posiadanie”, ale aktualna potrzeba (por. BELK, 1982), z przeciętnym człowiekiem będącym produktem kultury euroamerykańskiej, będziemy mieć do czynienia z niewątpliwym konfliktem. Obie

strony konfliktu mają rację, ale tylko z punktu widzenia zasad i norm własnej kultury. Nie trzeba zresztą sięgać do egzotycznych przykładów. Wystarczy zestawić polski, „postkomunistyczny”, nonszalancki stosunek do prywatnej własności z kategorycznie zaznaczonymi granicami brytyjskiego i amerykańskiego *private*.

Kenneth E. BOULDING (1991) wymienia sześć źródeł społecznego usankcjonowania posiadania:

- „zasiedzenie”,
- wzajemność uznawanej własności,
- poziom równości w zakresie dystrybucji dóbr,
- percepcja sprawiedliwego podziału zasobów,
- akceptacja reguł „loterii życia”,
- legitymizacja rytuałów nadawania i przekazywania własności.

„Zasiedzenie” (Boulding posługuje się tu terminem *antiquity*) sugeruje, że jeśli jakieś zasoby były dostatecznie długo w czyimś posiadaniu, to w zasadzie nikt nie ma potrzeby i ochoty zmieniać takiego stanu rzeczy. Jeśli natomiast pozytywne w swoim wydźwięku posiadanie oparte na tradycji zaczyna kosztować i traci swój sens oraz wartość (*antiquity* przechodzi w *senility*), to można się spodziewać gwałtownej dążności do zmiany i przekształcenia stosunków własności, co stało się np. w feudalnej Europie.

Wzajemność uznawanej własności Boulding sprowadza do fundamentalnego przykazania: „nie czyn drugiemu, co tobie niemiłe”. Jeśli zatem prywatna własność jest rozpowszechniona, ludzie nie podważają legalności cudzego posiadania w obawie, by nie podważono legalności posiadania dóbr przez nich samych.

Gdy zaś własność została podzielona bardzo nierówno, wówczas zasada wzajemności może przestać obowiązywać i ci, którzy są materialnie upośledzeni, zaczęą domagać się zmian, często na drodze rewolucji. Niekiedy mamy do czynienia z legitymizacją nielegalnie uzyskanych zasobów, jeśli były one wynikiem działań prowadzących do bardziej równomiernego ich podziału, np. zgodnie z zasadą „Janosikowej sprawiedliwości”.

Percepcja sprawiedliwości w zakresie podziału dóbr to sam w sobie ogromnie ważny i brzemienny w konsekwencje problem psychologiczny (por. Wosińska, 1989). Ludzie, z pomocą regulacji prawnych, określają, jaki rodzaj dystrybucji — według zasług, potrzeb czy zasady równości — jest uzasadniony w konkretnej sytuacji. Naruszenie ustaleń bądź ich niejasność lub niezgoda na nie podważają prawomocność dystrybucji i własności, prowadząc do określonych skutków — czasem bardzo burzliwych — na poziomie indywidualnym i społecznym.

„Loteria życia” z kolei odnosi się do szeregu sytuacji, w których jedne osoby zyskują, inne zaś tracą przy założeniu, że los może się odwrócić. Duża wygrana na loterii, będąca niewątpliwie poważnym naruszeniem zasad rów-

ności dystrybucji zasobów, jest traktowana jako uprawnomocniona, ponieważ ogólny bilans zysków i strat w perspektywie życia jednostki zostaje uznany za wyrównany. Patrząc na wygrane na „loterii życia” z punktu widzenia koncepcji sprawiedliwego świata Melvina J. LERNERA (1980), można przyjąć, że ponieważ wielu ludzi spostrzega świat jako sprawiedliwy, a więc taki, w którym każdy otrzymuje to, na co zasługuje, będą oni traktować wygrane innych jako uzasadniony „uśmiech losu”, spodziewając się równocześnie w przyszłości nagród dla siebie.

Rytuały nadawania i przekazywania własności odnosić się mogą do procedur prawnych, takich jak domaganie się zwrotu majątku na drodze sądowej, postępowanie spadkowe albo notarialne nadanie prawa własności. Mogą również być rytuałami wynikającymi z tradycji i zwyczajów określonej społeczności. Dzięki takim zwyczajowym rytuałom nowi albo młodzi członkowie społeczności uczą się zasad w niej obowiązujących, a odnoszących się do spraw własności i posiadania.

W podstawowej konfiguracji określającej relacje pomiędzy podmiotem, przedmiotem materialnym i innymi ludźmi szczególne miejsce przypada relacjom społecznym pomiędzy podmiotem i jego otoczeniem społecznym. Przedmiot materialny jest jedynie obiektem, który podlega manipulacji, choć w pewnych warunkach może również limitować posiadanie poprzez swoje fizyczne właściwości (np. małemu dziecku trudno w pełni kontrolować zabawkę, która jest od niego większa, co wymusza na nim ograniczenie wolności posługiwania się nią i cedowanie kontroli na innych). W relacjach społecznych decydujące znaczenie przypada podzielanym przez całą grupę przekonaniom, normom i wartościom odnoszącym się do prawa dysponowania określonymi zasobami materialnymi. Pozytywne emocje związane z posiadaniem jakiejś rzeczy i nawet jej związek z Ja — praktycznie podstawowe z psychologicznego, indywidualnego punktu widzenia — nie decydują o prawie do danego obiektu, jeśli prawo to nie zostanie uznane przez innych. Również wolność dysponowania przedmiotami materialnymi może być limitowana przez innych, którzy na dodatek są w stanie ingerować w ustanawianie granic obiektu oraz współokreślać, jaki zakres kontroli danej osobie przysługuje w odniesieniu do konkretnych dóbr.

### 1.2.3. Kształtowanie się pojęcia własności

Pojęcie własności kształtuje się w toku rozwoju dziecka. Proces ten bardzo wyraźnie odzwierciedla się w rozwoju języka. Przysłówek „mój” we wszystkich formach gramatycznych jest mocno osadzony już w słownictwie dwuletnich dzieci (por. DITTMAR, 1992; CRAM, NG, 1999). Trzylatki bez problemu różnicują „moje” i „twoje” w relacji do znanych obiektów (BERTI, BOMBI, 1988).

Używanie słów odnoszących się do posiadania i własności nie tylko umożliwia zaznaczanie swojej woli, ale również może stanowić narzędzie samookreślenia się, co następnie staje się podstawą do zrozumienia prawa własności (DITTMAR, 1992).

Już w wieku 5—6 lat dzieci są w stanie różnicować pomiędzy pragnieniem posiadania czegoś a faktycznym posiadaniem (CRAM, NG, 1999). Dla dzieci w różnym wieku najbardziej istotnym wyznacznikiem posiadania jest kontrola nad przedmiotem i nieskrępowane korzystanie z niego. Z wiekiem pojawia się przekonanie, że posiadanie daje moc społeczną i status, a także wzmacnia osobistą wolność oraz poczucie bezpieczeństwa (LEWIS, WEBLEY, FURNHAM, 1995; FURNHAM, ARGYLE, 1998).

Wyróżnia się pięć faz rozwoju pojęcia własności (BERTI, BOMBI, LIS, 1982)<sup>4</sup>. Począwszy od traktowania jako właściciela osoby, która znajduje się w przestrzennej bliskości obiektu, poprzez spostrzeganie w tej roli bezpośredniego użytkownika, a następnie osoby kontrolującej użytkowanie przedmiotu, dzieci dochodzą do zrozumienia istoty własności instytucjonalnej lub publicznej, stopniowo docierając do mechanizmów leżących u podstaw społecznych relacji własności. Z wiekiem dzieci odchodzą od konkretnych fizycznych wyznaczników własności na rzecz wyznaczników i pojęć abstrakcyjnych, co zresztą zgodne jest z generalnymi prawidłowościami rozwoju poznawczego opisanymi przez Piageta.

Specyficzne rozumienie pojęcia własności wynika z faktu, że dziecko wychowuje się w określonym społeczeństwie (CRAM, NG, 1999). Dziecięce pojęcie własności, jak również rozumienie innych pojęć ekonomicznych, odzwierciedla stosunki społeczno-ekonomiczne danej społeczności (por. LEA, TARPY, WEBLEY, 1987). W indywidualistycznych społeczeństwach dzieci szybko uczą się znaczenia prywatnej własności jako podstawy porządku społecznego; badacze sugerują, że w społeczeństwach o nastawieniu kolektywistycznym pojęcie własności miałoby inne znaczenie.

---

<sup>4</sup> Autorzy analizują rozwój pojęcia własności w odniesieniu do własności środków produkcji — fabryki, gruntów rolnych, autobusów (por. CRAM, NG, 1994), jednakże wydaje się, że stwierdzone tendencje mogą odnosić się do posiadania w ogóle.

### 1.3. Natura posiadania — przegląd koncepcji wyjaśniających

#### 1.3.1. Orientacja biologiczna — czy jesteśmy wyposażeni w instynkt posiadania?

Trzy źródła dowodów na istnienie instynktu posiadania. Istnieje pogląd, zgodnie z którym człowiek instynktownie dąży do gromadzenia dóbr. Pogląd ten był silnie akcentowany przez filozofów, socjologów i psychologów na przełomie XIX i XX w. (por. DITTMAR, 1992). W ich pracach pojawiało się pojęcie instynktu posiadania jako jednego z ważniejszych instynktów, mającego bardzo istotne znaczenie dla przetrwania jednostki. Przekonany o istnieniu instynktu posiadania był np. McDougall, który uważał, że „impuls kolekcjonowania i gromadzenia rzeczy [...] wydaje się wynikać z prawdziwego instynktu; pojawia się on u wielu zwierząt [...] dojrzewa w naturalny sposób i dochodzi do głosu niezależnie od jakiegokolwiek uczenia się” (McDOUGALL, 1923: 75; cyt. za: DITTMAR, 1992: 24). Jednakże i on w rozumieniu instynktu posiadania wychodził poza ramy ściśle biologicznego zdeterminowania, dopuszczał bowiem w zachowaniach związanych z gromadzeniem dóbr pewien udział czynników społeczno-kulturowych.

Teza o biologicznym uwarunkowaniu tendencji do gromadzenia dóbr zdobyła sobie jednak wielu zwolenników. Dowody przemawiające za jej słusznością wyprowadzano z trzech źródeł. Pierwszym źródłem jest antropologia porównawcza — na jej gruncie szukano podobnych form zachowań związanych z gromadzeniem dóbr i dysponowaniem nimi w obrębie różnych kultur i społeczności. Drugie źródło stanowiły badania zachowań niemowląt i dzieci związanych z posiadaniem oraz szukanie możliwych relacji pomiędzy zachowaniami dzieci i dorosłych w tym zakresie. Trzecim źródłem miały być etologia i socjobiologia, poszukujące paralel pomiędzy zachowaniami zwierząt i ludzi oraz genetycznych mechanizmów leżących u podłoża gromadzenia dóbr.

W poszukiwaniu międzykulturowej uniwersalności tendencji do gromadzenia dóbr. Jeśli tendencja do gromadzenia dóbr oraz dysponowania nimi ma istotne znaczenie biologiczne i z tego powodu jest właściwie niezależna od czynników społecznych, to zachowania zmierzające do zawłaszczania dóbr powinny być uniwersalne w odniesieniu do *homo sapiens* z różnych kultur. Porównawcza antropologia kulturowa miała dostarczyć dowodów za tezą lub przeciw tezie o biologicznym instynkcie posiadania. Tymczasem już pobieżna analiza zachowań związanych z posiadaniem dóbr w różnych kulturach pokazuje, że bardzo trudno tu o jednoznaczne rozstrzygnięcia. Niektóre badania z początku XX w. wskazują na powszechność prywatnej własności

w różnych formach w zróżnicowanych kulturowo społecznościach (HOBHOUSE, WHEELER, GINSBERG, 1915; za: DITTMAR, 1992), inne — zdają się przemawiać na rzecz tezy, iż dominującą formą własności w pierwotnych społecznościach nie była własność prywatna, lecz raczej komunalna (LAFARQUE, [1890] 1975 — *nota bene* zięć Karola Marxa; za: DITTMAR, 1992). Bardziej współczesne wyniki porównawczych analiz Floyda W. RUDMINA (1990) sugerują, że prywatna forma własności jest produktem rozwoju społeczeństw rolniczych. Pełni w nich funkcję fizycznego i społecznego zabezpieczenia oraz wspiera zinstytucjonalizowany porządek społeczny.

Inne materiały antropologiczne również prowadzą do konkluzji, że wobec ogromnego zróżnicowania form życia społecznego w różnych kulturach trudno jest znaleźć jakiś wspólny mianownik odnoszący się do zachowań związanych z gromadzeniem i dysponowaniem dobrami materialnymi. Mamy tu bowiem do czynienia z takim stosunkiem do własności, jaki charakteryzuje np. społeczność Eskimosów Ihalmiut — potrzeba decyduje o tym, kto używa danego przedmiotu, nie zaś formalne posiadanie go (BELK, 1982). Wśród opisywanych przez Bronisława MALINOWSKIEGO ([1922] 1981) Triobriandczyków obserwowano zachowania związane z wymianą dóbr nie mających żadnej funkcji przystosowawczej (muszle czy kolorowe naszyjniki). Na dodatek to nie gromadzenie, ale raczej rozdawanie dóbr było wyznacznikiem pozycji społecznej i podstawą sprawowania władzy (por. BLOOM, 2001). Zwyczaj „potlachu” polegał na obdarowywaniu swoich gości ogromną ilością dóbr i ostentacyjnym niszczeniu pozostałości — z biologicznego punktu widzenia był absolutnie bezsensowny. Jeszcze inne badania pokazują różnice w stosunku do posiadania pomiędzy Amerykanami z USA, otaczającymi się ogromną ilością dóbr konsumpcyjnych, a mieszkańcami Trzeciego Świata, których celem konsumpcyjnym jest wyżywienie siebie i rodziny na podstawowym poziomie (DITTMAR, 1992; FURNHAM, ARGYLE, 1998).

Dane antropologiczne nie dostarczają więc jednoznacznej odpowiedzi na pytanie o naturę ludzkiej tendencji do gromadzenia i posiadania dóbr. Wskazują natomiast ogromną złożoność problemu. Nie sposób pominąć biologicznych komponentów „instinktu” posiadania. Jednakże wydaje się, że posiadanie przede wszystkim reguluje i odzwierciedla relacje pomiędzy ludźmi. Pełni raczej funkcję komunikacyjną i zabezpieczającą pozycję posiadacza w obrębie grupy, w mniejszym stopniu natomiast jest związane z biologicznym przystosowaniem. Tym samym przyjmuje różne formy w zależności od specyfiki organizacji społecznej (por. SAHLINS, 1992).

**Specyfika dziecięcego posiadania.** Kolejnym źródłem dowodów na istnienie instinktu posiadania miały być dane z obserwacji zachowań dzieci związanych z gromadzeniem dóbr. Posiadanie odgrywa bardzo ważną rolę w życiu

dzieci. Wyróżnić można cztery formy „impulsu posiadania”, rozpowszechnione wśród dzieci (ISAACS, 1967). Pierwsza z nich to chęć posiadania i wyłącznego użytkowania danego przedmiotu, druga odnosi się do obiektów niematerialnych, np. piosenek, pomysłów, które przez dziecko również są uważane za własność, kolejną formą jest poczucie mocy, wynikające z kontrolowania własności i decydowania, kto i na jakich zasadach może mieć dostęp do danego przedmiotu, ostatnią formę stanowi rywalizacja i zazdrość pojawiające się wtedy, kiedy kilkoro dzieci chce korzystać z tego samego przedmiotu. Inne badania — jeszcze z początku XX w. — koncentrujące się na zjawisku kolekcjonowania różnych przedmiotów przez dzieci i nastolatki, wykazały, że zdecydowana większość badanych (80%—90%) posiadała kolekcje różnego rodzaju (BURK, 1900). Przeprowadzając podobne badania 30 lat później, stwierdzono, że kolekcjonowanie przedmiotów fascynowało już tylko 10% dzieci (BEAGLEHOLE, 1931). Nasuwa się więc pytanie: Czy możliwe jest, by w ciągu 30 lat zaniknął instynkt posiadania wśród dzieci? Może raczej dziecięce zbieractwo jest związane z modą lub lokalnymi zwyczajami, natomiast nie przejawia się w nim instynkt posiadania *per se* (BEAGLEHOLE, 1931).

Badania małżeństwa Newsonów (NEWSON, NEWSON, 1968) wykazały, że większość czterolatków miała mocno rozwinięte poczucie własności i posiadała bogatą kolekcję „cennych” przedmiotów, z którymi dzieci nie chciały się rozstać ani zamienić ich na nowe. „Kochały” swoje zniszczone zabawki albo nawet tylko ich części, które już nie wiadomo, od czego pochodziły. Rodzice respektowali te dziecięce skarby i uznawali fakt zbieractwa za prawidłowość rozwojową. Niepokojąca natomiast byłaby dla nich obojętność, z jaką dziecko traktowałoby swoją własność. Na podstawie badań Newsonowie (NEWSON, NEWSON, 1968; 1976) ustalali, że dziecięce „zbieractwo” miało ścisły związek z klasą społeczną, z której dziecko się wywodziło. 80% chłopców i 66% dziewczynek w wieku 4 lat posiadało swoje specyficzne „kolekcje” mniej lub bardziej zniszczonych zabawek. Tendencje do kolekcjonowania były wyraźniejsze wśród dzieci z rodzin z klasy średniej niż z rodzin robotniczych. Tłumaczono tę różnicę innym stosunkiem matek do posiadania. Matki wywodzące się z klasy robotniczej były przekonane, że zabawkami należy się dzielić z innymi dziećmi, i nagradzały „alokacyjne” zachowania dzieci. Natomiast matki pochodzące z klasy średniej preferowały „własność indywidualną” i nie zachęcały swoich dzieci do dzielenia się zabawkami z innymi. Z przytoczonej interpretacji wynika zatem, że dziecięce zbieractwo i przywiązanie do przedmiotów jest uwarunkowane raczej kulturowo niż genetycznie.

Według rozpowszechnionego przekonania dzieci instynktownie przywiązują się do posiadanych przez siebie miękkich i puszystych zabawek, „przytulank”, mają potrzebę posiadania pluszowego misia, kotka, itp. (WINNICOTT, 1993). Jednakże okazuje się, że takie zachowanie charakterystyczne jest dla

dzieci z krajów zachodnich. DITTMAR (1992) przytacza wyniki badań, które sugerują, że dzieci z rolniczych obszarów Turcji, z południa Włoch, Indii i Gabonu, a także z Japonii i Izraela nie mają tego typu „przyjaciół”. Wskazywałoby to na kulturowe podłoże tych zachowań, a nie na uniwersalny przejaw dziecięcego instynktu posiadania.

**Posiadanie dóbr materialnych w służbie „samolubnych genów”.** Kolejne źródło dowodów na istnienie biologicznie uwarunkowanej tendencji do gromadzenia dóbr wyrasta z socjobiologii — szczególnie popularnego w ostatnim czasie kierunku myślenia o determinantach ludzkich zachowań. Coraz więcej prac z zakresu socjobiologii sugeruje, że struktury i zwyczaje społeczeństw nie tylko zwierzęcych, ale również ludzkich mają podstawę biologiczną. Przykładowo, szeroko znane prace Edwarda O. WILSONA (1988; 1991) oraz popularyzatorska książka Jareda DIAMONDA (1996) przekonują, że nie jesteśmy — jako gatunek — zdecydowanie odmienni od naszych zwierzęcych krewnych. Złożone społeczne zachowania ludzkie mogą być rozumiane jako produkt i zabezpieczenie genetycznej selekcji naturalnej. Przetrwać mają te geny, które zapewniają najbardziej efektywne przystosowanie organizmu do warunków, w jakich przyszło mu żyć. Ta teza w swej zadziwiająco prostej i kategorycznej formie — tak prostej i kategorycznej, że budzi sprzeciw niektórych socjobiologów (np. KITCHER, 1987) — sprowadza jednostkę ludzką do zewnętrznej manifestacji jej wyposażenia genetycznego. Czyni ją swoistego rodzaju „maszyną przetrwania” dla genów, której zadanie sprowadza się do konkurowania z innymi po to, by utrzymać lub podwyższyć pozycję w ogólnej puli genetycznej gatunku. Człowiek po prostu staje się narzędziem własnych „samolubnych” genów, wykorzystywanym do produkowania coraz to większej liczby ich replik (por. WILSON, 1988; DIAMOND, 1996; DAWKINS, 1996). Ludzki instynkt posiadania dałoby się zatem wytłumaczyć zgodnie z podstawową zasadą dążności do przekazania w przyszłość własnego garnituru genów. Celowi temu miałyby służyć nagromadzenie i kontrolowanie jak największej ilości dóbr. Ten, kto ma więcej dóbr materialnych, równocześnie zajmuje wyższą pozycję i zyskuje władzę w społecznej hierarchii swojej grupy, co daje mu teoretycznie większe szanse na przekazanie swoich genów w procesie reprodukcji. Posiadanie wydaje się więc korzystne dla „samolubnych” genów, preferujących tych, którzy mają przewagę w kontrolowaniu zasobów.

Niniejsza teza okazuje się jednak dyskusyjna. Po pierwsze dlatego, że trudno w zgodzie z nią wytłumaczyć fenomen wzajemnego obdarowywania się ludzi. Socjobiolodzy radzą sobie z tym problemem, tłumacząc, że obdarowywanie krewnych i tak wzmacnia daną grupę genów, natomiast obdarowywanie obcych wiąże się z zabezpieczeniem, opartym na wzajemnym altruizmie — podarunek dla obcego ma być traktowany jako swoista „polis” na przyszłość,



kiedy darczyńca może znaleźć się w potrzebie. Argumenty te wydają się zbyt prostym uproszczeniem, pomijają bowiem wewnętrzne motywy zachowań altruistycznych, zdecydowanie wychodzących poza czystą regułę wzajemności. Po drugie — nie ma dowodów na to, że jednostki ludzkie posiadające i kontrolujące większy zasób dóbr pozostawiają więcej potomstwa. Wprawdzie np. DIAMOND (1996) argumentuje, że bogactwo, pozycja społeczna i władza czynią mężczyznę bardziej atrakcyjnym seksualnie, nie przekłada się to jednak na wzrost liczby „replik genotypu”.

W końcu jeśli rzeczywiście istnieje instynkt posiadania, nie powinniśmy mieć większych problemów z określeniem jego zwierzęcych form, których kontynuację stanowi ludzkie zachowanie. Socjobiolodzy i współcześni ewolucjoniści usilnie starają się znaleźć dowody na to, że zwierzęta zagarniają dla siebie pewne dobra, co ma istotną wartość dla przetrwania i reprodukcji, a tego samego typu zachowania równocześnie da się stwierdzić u ludzi. DITTMAR (1992) przytacza szereg dowodów, które nie są jednak do końca przekonujące. Cały problem polega na tym, że zwierzęce i ludzkie posiadanie ma zupełnie odmienne formy oraz pełni inne funkcje. Zwierzęta „posiadają”, ale tylko w takim zakresie, w jakim potrzebne jest to im do przetrwania — gromadzą i bronią zapasów żywności, bronią własnego terytorium, gromadzą budulec na gniazda, nawet ozdabiają swoje gniazda, lecz tylko po to, by zdobyć partnerkę. Ich posiadanie jest czasowe i ściśle utylitarne, przynajmniej w zdecydowanej większości przypadków. Ludzkie posiadanie natomiast w swoim bogactwie i różnorodności form znacznie wykracza poza realizację biologicznych celów, a niekiedy wydaje się ich zaprzeczeniem (jak np. rytuał „potlachu”).

**Konkluzje.** Podsumowując rozważania na temat „instynktu posiadania”, warto odwołać się do dobrze znanego faktu związanego z rozwojem różnych dziedzin nauki. Śledzenie tego rozwoju już od dawna wiedzie do wniosku, że żaden problem nie ma jednego, prostego rozwiązania. Próby poszukiwania klarownych odpowiedzi w obrębie jednego, zwartego systemu teoretycznego (jak np. socjobiologia) zawsze kończyły się niepowodzeniem. Powstawały może eleganckie, lecz nazbyt uproszczone wyjaśnienia. Podobną prawidłowość obserwujemy w przypadku instynktu posiadania. Zachowania związane z gromadzeniem dóbr i dysponowaniem zasobami na pewno mają pewną biologiczną bazę, ale — w świetle analizowanych danych — nie w postaci „instynktu posiadania” *sensu stricto*. Jeśli w ogóle czysty instynkt posiadania istnieje, to odgrywa on marginalną rolę w regulowaniu zachowania człowieka (TRASLER, 1982). Natomiast chęć posiadania oraz cały zespół zachowań związanych z wchodzeniem w posiadanie i użytkowaniem przedmiotów materialnych może mieć swe korzenie w kilku „instynktach”. Wydaje się jednak, że w przypadku człowieka lepiej zrezygnować z pojęcia instynktu i przyznać,

że posiadanie jest pewną formą — i to nie jedyną — realizacji wielu potrzeb, które mogą mieć znacznie bardziej wyraźną, a niekiedy jednoznacznie biologiczną bazę, jak np. potrzeba pokarmowa lub potrzeba fizycznego bezpieczeństwa. Wraz z rozwojem gatunku ludzkiego i jego kultury posiadanie stało się zjawiskiem zdecydowanie społecznym, przyjmującym różne formy i funkcje w poszczególnych kulturach i systemach stworzonych przez człowieka. Jeśli utożsamimy posiadanie z kontrolowaniem pewnych zasobów oraz z ich obroną, to możemy uznać, że również zwierzęta posiadają pewne zasoby, ale raczej w krótkim czasie, nie na stałe. Gdy natomiast przyjmiemy, że posiadanie zakłada istnienie społecznych zasad i pewnego konsensusu w triadzie: podmiot — obiekt materialny — inni, wówczas ludzkie posiadanie wymyka się spod kontroli instynktu, stając się zjawiskiem ze wszech miar społecznym.

### **1.3.2. Orientacja intraindywidualna — rola dóbr materialnych w rozwoju i kultywowaniu własnego Ja**

**Fenomen posiadania z perspektywy psychoanalitycznej.** Najwcześniejsze koncepcje starające się wyjaśnić fenomen ludzkiego gromadzenia dóbr oraz przywiązania do przedmiotów materialnych w kontekście rozwoju osobowości i tożsamości jednostkowej wiążą się z psychoanalitycznym myśleniem o człowieku. Kliniczne obserwacje Zygmunta FREUDA ([1936] 2001) sugerowały, że można wyróżnić pewną grupę ludzi, którzy charakteryzują się niezmienną triadą cech: zamiłowaniem do porządku, szczególnym przywiązaniem do dóbr materialnych, przez niektórych określanym mianem skąpstwa, oraz uporem. Ludzie tacy — według Freuda — jako dzieci przejawiali wyjątkowe zainteresowanie swoimi odchodami, co znacznie przekraczało analny okres rozwoju psychoseksualnego. Równocześnie byli niezwykle oporni w zakresie treningu czystości — z uporem odmawiali użycia nocnika wtedy, kiedy inni tego od nich oczekiwali, wstrzymując swe fizjologiczne funkcje do momentu, gdy sami uznali, że nadszedł czas, by je zrealizować. Freud uważał tego typu zachowanie za przejaw ostrego starcia woli dorosłego i małego uparciucha. Przyczyny takiego uporu dziecka w kwestii wypróżniania były — jego zdaniem — dwójakie. Po pierwsze, takie zachowanie wiązać się miało z niechęcią do pozbycia się produktu własnego ciała, nawet jeśli opiekunka wyrażała wyraźne zadowolenie, gdy została obdarzona taką „nagrodą”. Po drugie, dziecko miało doświadczać satysfakcji wywodzącej się z poczucia mocy związanej z odmową spełnienia prośby i polecenia opiekunki oraz forsowaniem własnej woli. Rozwojowe znaczenie tych zachowań było niezwykle doniosłe — po raz pierwszy dziecko uzyskało możliwość samodzielnego rozwiązania dylematu wyboru pomiędzy oddaniem innym, pozbyciem się lub, przeciwnie, zatrzymaniem dla

siebie czegoś, co było niezaprzeczalnie jego własnością, a równocześnie stanowiło obiekt „pożądany” przez osobę z otoczenia zewnętrznego. Późniejsi autorzy z kręgu psychoanalitycznego, przyznając, że pieniądze i posiadane dobra mają symboliczny związek z produktami przemiany materii organizmu, kładli jednak nacisk na to, że w całej sprawie chodziło o zaznaczenie dziecięcej niezależności poprzez odmowę spełnienia czyjegoś żądania (por. TRASLER, 1982).

Pozostawiając na boku ortodoksyjne koncepcje Freuda na temat analnej fazy rozwoju psychoseksualnego i konsekwencji przebiegu tej fazy dla późniejszego stosunku do posiadania oraz psychoanalityczne koncepcje zmagających o kontrolę nad otoczeniem z pozycji nocnika, odnosząc się przy tym krytycznie do tych założeń, stwierdzić można, że posiadanie ma w rozwoju człowieka podwójne znaczenie. Pierwotna ważność przedmiotów wynika z faktu, że są one użyteczne, ich posiadanie dostarcza przyjemności oraz zapewnia pewien rodzaj komfortu. Jednakże w toku posługiwania się przedmiotem ta pierwotna ważność zostaje zastąpiona przez satysfakcję płynącą z posiadania i kontrolowania przedmiotu, który może być obiektem pożądania innych. Mamy tu zatem do czynienia z wyłączością i kontrolą, co niewątpliwie stanowi narzędzie podnoszenia własnego znaczenia oraz zawiadywania przez posiadacza uwagą jego otoczenia społecznego. Wydaje się więc, że posiadanie staje się instrumentem przezwycięzania lęku przed samotnością, przed separacją od innych. Również obawa przed odrzuceniem przez matkę może stać się przyczyną specjalnego przywiązania do przedmiotu lub przedmiotów, które oferują kompensacyjne wytchnienie, zapewniając specyficzną „integrację z otoczeniem” (SUTTIE, 1935; za: TRASLER, 1982). Inni badacze również zwracają uwagę na to, że gromadzenie dóbr może stanowić substytut znaczącego związku interpersonalnego (np. ISAACS, 1967; GOLDBERG, LEWIS, 1978).

**Przedmiot materialny jako fetysz.** Z psychoanalitycznym sposobem myślenia związane jest również traktowanie przedmiotu materialnego jako fetysza. Russell W. BELK (1991) sądzi, iż Freudowskie rozumienie fetyszyzmu jako zjawiska ściśle związanego z życiem seksualnym człowieka zawęża problem, tym bardziej że pojęcie fetyszyzmu pojawia się zarówno w antropologii kulturowej w związku z kultem religijnym, jak i w Marksowskiej ekonomii w odniesieniu do „fetysza konsumpcji”. Zjawisko fetyszyzmu jest bardziej rozpowszechnione, niż się powszechnie uważa. Niekoniecznie jest to zjawisko patologiczne, choć może w takie się przekształcić w indywidualnych przypadkach. BELK (1991) — idąc antropologicznym śladem — sugeruje, że zjawisko fetyszyzmu odnosi się do pewnej kategorii przedmiotów, którym przypisuje się znaczenie i siłę magiczną oraz nadaje szczególne „kultowe” znaczenie. W kulturze amerykańskiej są to np.: strój trapera (*logger's clothing*), telefony, psy,

lalki, komputery i samochody. Wydaje się, że te ostatnie mogą stanowić fetysz nawet we Freudowskim sensie, ponieważ to właśnie samochodom przypisuje się moc wzmacniania i zaznaczania seksualnej potencji ich posiadacza (FROMM, 1995).

Podstawowymi kognitywnymi elementami fetyszyzmu — niezależnie od jego natury — są: (a) konkretyzacja, (b) personifikacja, (c) powiązanie znaku z oznaczanym, (d) niejasność co do tego, czy osoba kontroluje obiekt, czy też kontrola należy do obiektu (ELLEN, 1988; za: BELK, 1991). Konkretyzacja polega na sprowadzaniu abstrakcyjnego pojęcia do wymiaru konkretnego obiektu. Osoba, zwierzę lub w końcu przedmiot reprezentować może takie abstrakcyjne idee, jak: wolność, naród, świętość, prestiż. Pieniądze i rzeczy mogą zatem być konkretyzacją np. związku z drugim człowiekiem. Personifikacja z kolei polega na nadawaniu przedmiotom ludzkich cech i właściwości. Przedmiot zaczyna być traktowany jak przyjaciel lub powiernik, który rozumie problemy i rozterki swojego posiadacza. Z tego względu poświęca mu się dużo czasu i wysiłku, chroniąc go i dbając o niego. Trzeci element fetyszyzmu, odnoszący się do nałożenia się znaku na oznaczaną przez niego ideę, uwidacznia się np. w przyznawaniu cudownej mocy wyobrażeniu bóstwa, nie samemu bóstwu. Podobny mechanizm zaobserwować można w odniesieniu do pieniędzy, które będąc w istocie jedynie „wizerunkiem” wartości, są traktowane jako wartość sama w sobie. Niepewność co do kierunku kontroli w relacji: podmiot — przedmiot wynika w pewnym sensie z personifikacji obiektów materialnych. Jeśli rzeczom nadaje się ludzkie właściwości, to przyznaje się im równocześnie moc kontrolowania zachowania i życia właściciela. Dobrym przykładem takiego zaburzenia kontroli w relacji człowieka z przedmiotami materialnymi są zachowania kolekcjonerów, którzy nierzadko czują, że są kontrolowani przez swoje kolekcje, „zmuszające” ich do ciągłego uzupełniania zbiorów i wyjątkowej dbałości o nie.

**Posiadanie dóbr materialnych w kontekście procesu „poszerzania Ja”.** Ujęciem mającym ambicje odniesienia się możliwie szeroko i wyjaśnienia możliwie wszystkiego, co ma związek z relacją pomiędzy Ja i posiadanymi rzeczami, jest koncepcja Russella W. BELKA (1988a; 1988b; 1991). Koncepcja ta — pełna metafor i pasji jej twórcy — zasługuje na szczególną uwagę, ponieważ jako właściwie jedyna za swój wyłączny przedmiot bezpośrednio uznaje Ja w relacjach ze światem rzeczy materialnych, a nie traktuje tego problemu niejako „przy okazji” rozważań nad innymi zagadnieniami. Z tego przede wszystkim względu jest to koncepcja cenna, chociaż zapoznając się z nią można mieć wątpliwości co do precyzji w definiowaniu podstawowego konstruktu i stopnia empirycznej weryfikacji założeń (por. COHEN, 1989).

„Nasze kruche ja potrzebuje wsparcia i otrzymujemy je poprzez posiadanie rzeczy, ponieważ w znacznym stopniu jesteśmy tym, co mamy i posiadamy”

— to zdanie Yi-Fu TUANA (1980: 472) staje się dla Belka punktem wyjścia do prezentacji posiadanych przedmiotów materialnych jako elementów konstytuujących „Ja poszerzone” (*extended self*).

Co to jest „poszerzone Ja”? Inspiracją dla autora jest przede wszystkim pogląd Williama JAMESA ([1892] 2002), niewątpliwie twórcy podwalin pod współczesne rozumienia Ja. Jego zdaniem to, co posiadamy w „psychologicznym” sensie, jest istotną częścią „Ja materialnego”, obok własnego ciała i bliskich osób. Nasze materialne zasoby są tak istotne, że często trudno przeprowadzić linię podziału pomiędzy tym, co jest bezpośrednio „mną” (*me*), a tym, co jest raczej „moje” (*mine*). Belk uważa, że zwyczaj pochówku zmarłych razem z przedmiotami do nich należącymi świadczy o silnym przekonaniu o ważności „poszerzania Ja” poprzez te przedmioty. Wściekłość, z jaką niszczone przedmioty pozostałe po zmarłym lub odsuniętym od władzy dyktatorze, np. po szachu Iranu albo Ferdynandzie Marcosie, ujawnia, jak duży ładunek Ja dyktatora sfrustrowany tłum dostrzegał w rzeczach do niego należących.

Belk sięga do prac Davida McCLELLANDA (1951), Ernsta PRELINGERA (1959) i Lee ELLISA (1985), wyliczających obiekty powiązane z Ja w mniejszym lub większym stopniu. Cytowani autorzy wydają się mieć zgodne zdanie co do tego, że części ciała, wewnętrzne procesy psychologiczne i ich efekty (myśli, odczucia, spostrzeżenia itp.), doświadczenia, ludzie, miejsca, zdarzenia oraz rzeczy materialne stanowią część Ja w sensie zarówno podstawowego wewnętrznego nierozszerzonego Ja (*me*), jak i „Ja poszerzonego” (*mine*). McClelland uważa, że obiekty zewnętrzne stają się częścią Ja wtedy, kiedy człowiek jest w stanie sprawować nad nimi kontrolę. Belk natomiast twierdzi — powołując się na badania Prelingera — że możliwa jest również kontrola podmiotu przez obiekt, co wprowadza ten obiekt w zakres Ja. Przedmioty stają się częścią „samego siebie” posiadacza również wskutek — jak stwierdza BELK (1988b: 144) — „inwestowania siebie w obiekt”. Najlepszym przejawem takiego inwestowania jest wytwarzanie przedmiotów lub uprawa roślin. Człowiek angażuje energię psychiczną w rzeczy, którym poświęca wysiłek, czas i uwagę, co upoważnia go do włączania tychże obiektów w zakres pojęcia Ja (CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981).

Dzięki włączeniu przedmiotu materialnego w zakres „poszerzonego Ja” człowiek zdobywa poczucie kompetencji i mistrzostwa, indywiduacji, związku z innymi ludźmi oraz poczucie uczestnictwa w przeszłości i przyszłości (BELK, 1991). Poczucie to wzmacnia psychologiczny dobrostan — sugeruje Belk — jednakże niesie także ryzyko utraty części samego siebie w sytuacji, gdy następuje utrata zgromadzonych rzeczy. Teza ta znajduje potwierdzenie w dowodach przedstawionych przez Ervinga GOFFMANA (1975) na to, że proces osłabiania Ja zachodzi w warunkach życia zinstytucjonalizowanego — w szpitalach psychiatrycznych, domach „spokojnej starości”, więzieniach, koszarach

wojskowych, szkołach z internatem czy w zakonach. Nowi członkowie zinstytucjonalizowanych społeczności są zwykle pozbawiani — gwałtownie lub stopniowo — rzeczy osobistych, które zastępowane są standardowymi „zestawami tożsamościowymi” (*identity kits*), po pewnym czasie mogącymi pomóc w odтворzeniu Ja, ale Ja odmiennego od utraconego — mniej unikalnego, a bardziej podobnego do Ja innych członków danej społeczności. Według Belka osoby, które w mniejszym stopniu zostają odarte z „poszerzonego Ja”, łatwiej przystosowują się do życia w warunkach instytucjonalnych (por. WIĘCŁAW, 1998).

Ludzie, którzy tracą swoją własność w rezultacie rabunku albo naturalnych katastrof (np. powodzi lub pożaru), także doświadczają tego jako bolesnego naruszenia części Ja. Jak twierdzi Belk, ofiary włamania, choć nie doznały fizycznego uszczerbku, czują się poniżone, zbrukane, nawet zgwałcone (por. VAN DEN BOGAARD, WIEGMAN, 1991), doświadczają rozpaczy i żałoby w sposób podobny do tego, jaki pojawia się w obliczu śmierci bliskiej osoby, która stanowiła istotną część czyjegoś życia. Podobne doświadczenie utraty pojawia się w przypadku ofiar powodzi lub pożarów. Belk zdaje sobie sprawę z tego, że doświadczenie utraty dóbr interpretować można w kategoriach utylitarnych — utrata przedmiotów równa się utracie instrumentalnych korzyści, jakie z posiadaniem tych przedmiotów się wiązały. Wydaje się jednak — jak autor powtarza za JAMESEM ([1892] 2002: 122) — że poza utylitarną stratą „pozostaje górujące nad wszystkim doznanie, że nasza osobowość skurczyła się, że zostaliśmy częściowo obrócenii w nicłość”.

Tezę Belka potwierdza również obserwacja procesów akulturacji w przypadku emigrantów i ludzi, którzy z powodu zawodowych obowiązków podjęli decyzję o opuszczeniu własnego kraju, otoczenia, domu (tzw. *expatriates*), z natury rzeczy zabierając ze sobą do nowego środowiska ograniczony zasób dóbr. Ludzie ci starają się chronić własną tożsamość poprzez przywiązanie do pewnych rzeczy i uzupełnianie ich innymi przywożonymi z kraju pochodzenia albo próbują tworzyć nową tożsamość, w czym znowu wybitnie pomagają im przedmioty (por. JOY, DHOLAKIA, 1991). Stopień akceptacji nowych warunków i własnej sytuacji w odmiennej kulturze wydaje się odzwierciedlać w znaczeniu nadawanym posiadanym przedmiotom i wahaniach w poziomie materializmu. Poziom materializmu rośnie wraz z wrastaniem w nowe warunki i osiągnięciem stabilizacji w nowej sytuacji życiowej, obniża się natomiast w momencie kolejnej zmiany otoczenia (DAWSON, BAMOSSY, 1991).

Belk widzi przedmioty, które są ważne dla poczucia tożsamości jednostki jako umiejscowione koncentrycznie w różnej odległości od Ja. Jedne z nich są bardziej zbliżone, inne bardziej oddalone od rdzennego, podstawowego Ja. Ich układ i odległość od Ja zmieniają się w perspektywie czasowej w zależności od właściwości konkretnej jednostki i umiejscowienia jej w określonej kulturze, na gruncie której tworzą się znaczenia symboliczne dla różnych dóbr. Badacz

zwraca uwagę na fakt, że przedmiotom, które stanowią istotny i centralny element samego siebie, ludzie poświęcają znacznie więcej czasu i uwagi niż rzeczom nie będącym dominującym elementem „poszerzonego Ja”. Posiadacze samochodów częściej myją, woskują, serwisują itp. swoje pojazdy, jeśli są one częścią Ja, a szczególnie — nową częścią Ja. Podobnie rzecz się ma z domami i mieszkaniami, którym właściciele poświęcają czas i wysiłek proporcjonalny do ich miejsca w strukturze „poszerzonego Ja”.

Ważność przedmiotu dla Ja posiadacza wyraża się również w traktowaniu rzeczy, które wyszły z codziennego użycia. Niektórzy ludzie pozbywają się ich bez wahania, są natomiast i tacy, którzy latami gromadzą na strychach, w swoich szafach i szafkach ubrania, sprzęt, zapiski, czasopisma itp., z których już od dawna nie korzystają. Tworzą swoistego rodzaju indywidualne muzea i archiwa. Pozbycie się ich budzi lęk przed zubożeniem własnego Ja. Zdaniem Belka jednostka jest w stanie pozbyć się zgromadzonych rzeczy w tym okresie życia, w którym podstawowe nierozszerzone Ja rośnie w siłę i rozwija się, wtedy bowiem nie potrzebuje ono wsparcia ze strony zewnętrznego Ja poszerzonego. Dzieje się tak w przełomowych momentach życia, w których jednostka odnosi sukces, np. zdobywa dyplom wyższej uczelni, rozpoczyna wymarzoną pracę, zakłada rodzinę lub odchodzi na emeryturę w poczuciu spełnienia zawodowego. Innym powodem pozbycia się zgromadzonych rzeczy może być zmiana obrazu samego siebie. Jeśli posiadane przedmioty nie pasują do nowego wyobrażenia o sobie samym, to mogą zostać usunięte, chyba że stanowią istotny obiekt porównań przeszłości z teraźniejszością, pokazują, skąd dana osoba się wywodzi, a dokąd doszła na swojej drodze życiowej.

**Funkcje „poszerzonego Ja”.** Posiadane przez ludzi przedmioty mogą rozszerzać możliwości posiadacza w dosłownym sensie; narzędzia i broń pozwalają ich posiadaczowi osiągać cele i realizować zadania, które bez nich byłyby praktycznie niewykonalne. Posiadane rzeczy mogą także rozszerzać Ja w sensie symbolicznym; mundur lub jakiś uniform powoduje, że jego posiadacz czuje się inną osobą, wypełniającą szczególne zadania. Posiadanie pewnych przedmiotów oddziałuje wyraźnie na możliwości podmiotu w zakresie działania i „bycia”. Belk analizując funkcje „poszerzonego Ja”, odwołuje się do relacji pomiędzy „mieć”, „być” i „działać” w rozumieniu Jean-Paula Sartre’a. SARTRE (1943) uważa, że działanie jest stanem pośrednim lub manifestacją bardziej fundamentalnego bycia i posiadania. Jedynym powodem, dla którego ludzie chcą posiadać pewne rzeczy, jest chęć poszerzenia własnego Ja; aby zaś przekonać się, kim się jest, trzeba przyglądać się temu, co się ma. Posiadanie i bycie nie są tożsame, lecz są nierozłączne. Ludzie poszukują, wyrażają, potwierdzają i wzmacniają swój sens istnienia poprzez to, co posiadają. Zdaniem Sartre’a inni ludzie oddziałują na relacje pomiędzy jednostkowym byciem, posiadaniem i działaniem, kojarząc posiadane rzeczy z ich posiada-

czem, a następnie wnioskując o właściwościach posiadacza z rzeczy i o naturze rzeczy ze spostrzeganych właściwości posiadacza.

Opierając swoją koncepcję „poszerzonego Ja” na przemysleniach Sartre’a, Belk równocześnie odrzuca Marksowską koncentrację na działaniu jako sensie istnienia i istocie poczucia własnej wartości oraz krytykę posiadania, które — według Marksa — wiąże się z fałszywą obietnicą szczęścia poprzez dobra materialne, będące złudnym fetyszem. Belk nie zgadza się także z Frommowską tezą o destrukcyjnym wpływie modus posiadania na tożsamość jednostkową i przyznawanie szczególnej roli i wartości samemu „byciu” (por. FROMM, 1995).

To, kim jest obecnie dana osoba, wiąże się integralnie z jej indywidualną historią i jej przeszłością. Przedmioty materialne zaś są dogodnym sposobem gromadzenia wspomnień i odczuć związanych z przeszłością, Belk zauważa jednakże, że przedmioty symbolizujące indywidualną historię „poszerzonego Ja” są w odpowiedni sposób selekcjonowane. Na straży ciągłości i trwałości Ja stoją przede wszystkim rzeczy świadczące o pomyślnych i szczęśliwych zdarzeniach z życia jednostki. Ludzie są bardziej skłonni dokumentować swoje sukcesy niż porażki, na płaszczyźnie zarówno indywidualnej, jak i narodowej oraz kulturowej<sup>5</sup>.

Ludzie, aby wzbogacić swoje Ja, często uzupełniają je, kupując „poszerzone Ja” innych. Stąd bierze się — zdaniem Belka — tendencja do gromadzenia antyków albo wydawania ogromnych sum pieniędzy na aukcjach na zakup rzeczy należących do wybitnych lub tylko sławnych ludzi z przeszłości<sup>6</sup>. Jak pierwotne plemiona wierzyły, że zjadając serce potężnego zwierzęcia, można osiąść jego siłę, odwagę i męstwo, tak współcześni kolekcjonerzy zdają się wierzyć, że kupując część garderoby supergwiazdy, posiadają część jej sławy i chwały, a siadając na krześle sprzed dwóch wieków, będą partycypować w chwale i pomyślności przodków (niekoniecznie swoich). Jak sugeruje Belk, mamy tu do czynienia z wiarą w działanie magii, której źródłem są przedmioty stanowiące część „poszerzonego Ja” ludzi z przeszłości.

**Proces poszerzania Ja.** Analizując drogi, poprzez które przedmioty wchodzą w zakres „poszerzonego Ja”, Belk powraca znowu do SARTRE’A (1943). Sartre opisuje trzy procesy inkorporacji przedmiotu do „poszerzonego Ja”: kontrola, stworzenie oraz poznanie. Kontrola zakłada zdominowanie, podporządkowanie sobie i panowanie nad obiektem. Nauczenie się posługiwania komputerem czy jazdy na rowerze albo znalezienie drogi w labiryncie kory-

---

<sup>5</sup> Niekoniecznie, Polacy z namaszczeniem pielęgnują świadectwa swoich przegranych powstań i zmarnowanych szans — sukces nie jest narodową wartością.

<sup>6</sup> W 1999 r. suknia Marylin Monroe, w której śpiewała słynne *Happy Birthday* prezydentowi Kennedy’emu, została sprzedana na aukcji za sumę 1 350 000 dolarów, czym przebiła pamiątki po kolejnej „heroinie” współczesności — książce *Dianie*.



tarzy w nowym miejscu pracy zakłada opanowanie obiektu, co pozwala na włączenie go w zakres „moje”. Tym samym dany obiekt staje się elementem „poszerzonego Ja”. Specyficzną formą kontroli poprzez przedmiot materialny jest obdarowywanie innych, które może być traktowane jako rozszerzanie Ja na osobę obdarowywanego. Akceptacja prezentu wiąże się z częściową rezygnacją z własnego Ja i podporządkowanie się kontroli darowującego. Niekiedy obdarowywany jest całkowicie otwarty na darowany mu element „poszerzonego Ja” drugiej osoby, obejmując symbolicznie kontrolę nad tym elementem<sup>7</sup>.

Drugim sposobem włączania przedmiotu w „poszerzone Ja” jest stworzenie go. Sartre uważa kupowanie za specyficzny proces tworzenia. Pieniądze, za które kupujemy dobra, mają zatem ogromny udział w kształtowaniu własnego Ja. Pieniądze powiększają zakres możliwości odnoszących się do tego, co ludzie mogą mieć bądź co mogą robić. Pozwalają również na wybór lub odrzucenie pewnych rzeczy, które można kupić, umożliwiając więc bardziej selektywne kształtowanie „poszerzonego Ja”.

Poznanie stanowi ostatnią drogę inkorporacji przedmiotu w „poszerzone Ja”. Poznanie przedmiotu lub osoby zakłada czasem niejako „seksualną namietność” w eksploracji obiektu. Właśnie w rezultacie takiego namietnego poznawania obiekt zostaje włączony w zakres Ja. „Zimne” poznawanie pozostawia obiekt poza podmiotem, podmiot jest wtedy wyłącznie obserwatorem. Dopiero pasja daje prawo do włączenia go do kategorii „moje” lub „Ja”.

Opisane trzy drogi włączania obiektu w „poszerzone Ja” zakładają aktywność podmiotu i działania intencjonalne nakierowane na opanowanie obiektu. Poszerzanie Ja dokonywać się może jednakże również poprzez proces pasywny i nieintencjonalny. Belk określa go mianem „infekowania” (*contamination*), a rozumie jako symboliczną i niezamierzoną inwazję w czyjeś Ja poprzez wtargnięcie w osobistą przestrzeń, niechciany dotyk, spojrzenie i podglądanie, hałas, pozostawienie wydzielin, zapachu, ciepła ciała, również przedmiotów. W intymnych kontaktach niektóre z tych „infekcji” są akceptowane i nawet włączane w „poszerzone Ja”, jednakże jeśli pochodzą od osoby zdecydowanie obcej, to traktowane są jako co najmniej niekomfortowa agresja w personalną przestrzeń.

**„Poszerzone Ja” na poziomie indywidualnym i społecznym.** Dotychczasowe rozważania na temat poszerzonego przez rzeczy materialne Ja odnosiło się

---

<sup>7</sup> Wydaje się jednakże, że sprawa jest dużo bardziej skomplikowana, ponieważ wybór prezentu nie wynika wyłącznie z preferencji „poszerzonego Ja” darczyńcy; wiąże się także — a może przede wszystkim — z percepcją osoby obdarowywanej przez darczyńcę. Czy zatem dajemy w prezencie fragment własnego „poszerzonego Ja”, czy raczej staramy się uzupełnić Ja obdarowanego poprzez rzecz, która w jego „Ja poszerzonym” bez problemów się zmieści?

do indywidualnego wymiaru relacji jednostki ze światem. Ponieważ każdy człowiek żyje w jakimś społecznym układzie odniesienia dobra materialne wykorzystywane są także do definiowania poszczególnych elementów tegoż układu odniesienia, z którymi jednostka się identyfikuje i które określają jej tożsamość. Belk wyróżnia cztery poziomy Ja, na których zachodzić może proces poszerzania — oprócz poziomu indywidualnego są to: poziom rodziny, poziom społeczności lokalnej oraz grupy odniesienia.

Opierając się na sugestii Daniela BOORSTINA (1973), Belk uważa, że jednym z podstawowych sposobów wyrażania i określania przynależności grupowej jest stosowanie podzielanych przez członków grupy symboli materialnych i stylów konsumpcji. Określają one nie tylko przynależność do grupy, ale definiują samą grupę.

Na poziomie rodziny najbardziej wyrazistym wyznacznikiem jej odrębności, spójności i niepowtarzalności jest dom i jego urządzenie — symboliczne „ciało” rodziny, „odziane” w indywidualnie dobrane meble i dekoracje, które nabierają definicyjnego znaczenia dopiero w procesie użytkowania. Jak jednostki włączają w zakres Ja różne przedmioty, tak rodziny poszerzają swoje wspólne Ja poprzez gromadzenie określonych dóbr. Rodzaj domu lub mieszkania, wyposażenie i udekorowanie przestrzeni życiowej zależy od indywidualnych upodobań członków rodziny, a także od stylu życia i przynależności do klasy społecznej. Na poziomie społeczności lokalnej Ja określane jest przez styl i rodzaj ogrodzeń, ogrodów albo systemów zabezpieczających.

Grupy odniesienia wymagają od swych członków określonego wyglądu i stylu życia. Temu zatem podporządkowany jest wybór ubrań — z odpowiednią metką firmową, biżuterii, kosmetyków, samochodów, sposobu spędzenia wakacji, sprzętu rekreacyjnego itp. Symbole grupowej tożsamości mogą mieć również inny charakter. Mogą nimi być miejsca, przywódcy, „gwiazdy” lansowane przez media, instytucje, zespoły sportowe itp. Belk uważa, że ludzi nie szokuje np. ekstrawagancja i ostentacyjna konsumpcja nadzwyczajnie bogatych gwiazd sportu i estrady, ponieważ są one traktowane jako obiekty włączone w „poszerzone Ja” grupy, takiej jak naród czy generacja, toteż ich styl konsumpcji staje się raczej obiektem dumy niż oburzenia.

**Uwagi i zastrzeżenia do koncepcji „poszerzonego Ja”.** Podsumowując swoje rozważania, Belk stwierdza iż, oczywiście jest to, że ludzie w swoim życiu określają się i przypominają sobie, kim są, za pomocą posiadanych dóbr. Rozwojowe fakty sugerują, że ta identyfikacja z rzeczami zaczyna się już we wczesnym dzieciństwie, gdy dziecko uczy się odróżniać siebie od środowiska, a następnie od innych, którzy mogą zazdrościć mu jego własności. Nacisk na posiadanie słabnie z wiekiem, ale utrzymuje się przez całe życie. Ludzie wyrażają siebie przez posiadane rzeczy i używają ich w poszukiwaniu szczęścia, przypominaniu sobie doświadczeń, osiągnięć i innych ludzi,

a nawet w kreowaniu nieśmiertelności. Nagromadzone dobra zapewniają poczucie ciągłości i świadczą o tym, kim się jest, skąd się przychodzi, dokąd się zmierza.

Belk nadaje posiadaniu szczególnie duże znaczenie w życiu człowieka. Jego zdaniem przedmioty mają moc konstytuowania tożsamości zarówno jednostkowej, jak i społecznej. Przypisuje im wprost magiczną siłę oddziaływania na obraz samego siebie, poczucie dobrostanu oraz relacje interpersonalne, jakie jednostka zawiązuje (BELK, 1991). Fascynacja autora wpływem świata rzeczy materialnych na życie człowieka wydaje się mocno przesadzona. Jednakże biorąc pod uwagę gwałtowny rozwój kultury konsumpcji, nawet w społeczeństwach, które stosunkowo późno włączyły się w gorączkowe pochłanianie dóbr materialnych (jak społeczeństwa postkomunistyczne), przyznać trzeba, że dobra materialne zdobyły niezwykle ważną pozycję w codziennym życiu człowieka z kręgu kultury europejskiej i amerykańskiej. Według Belka dzieje się tak dlatego, że współczesny świat pozbawiony został mitów, rytuałów i tajemnic oraz sacrum (por. BLOOM, 1997; MAY, 1997), bo uwierzyliśmy w racjonalne wyjaśnienia wszystkiego, czego doświadczamy. Paradoksalnie więc przedmioty materialne przywróciły magiczność lub nawet sakralny wymiar codzienności. Rzeczy stały się magiczne poprzez obiecywaną przez reklamę moc poszerzania Ja zwykłego zjadacza chleba do wymiaru herosa współczesności (por. LEISS, KLINE, JHALLY, 1990), a współczesne „świątynie konsumpcji”, czyli supermarkety i wielkie centra handlowe, wydatnie pomagają dokonywać tej obiecywanej transformacji. Koncepcja Belka zatem stosunkowo dokładnie pasuje do postmodernistycznej wizji społeczeństwa przełomu tysiącleci. Wydaje się jednakże, że słabością tego ujęcia jest brak bezpośredniego odniesienia do interpersonalnego i społecznego wymiaru „poszerzonego Ja” i jego społecznej genezy.

Belk w swoich rozważaniach koncentruje się głównie na społeczeństwach prezentujących indywidualistyczną koncepcję Ja. Na razie nie wiadomo, czy jego koncepcja sprawdzi się w społeczeństwach o orientacji kolektywistycznej. Wprawdzie autor pilnie bada społeczeństwa postkomunistyczne (por. BELK, 1998), postrzegając ich członków jako bardziej skłonnych do kolektywizmu niż mieszkańcy Zachodu, jednakże zgromadzone dane nie pozwalają jeszcze na wyciąganie ostatecznych wniosków, tym bardziej że w społeczeństwach tych wraz ze zmianami społeczno-ekonomicznymi obserwuje się wyraźne przesunięcie w kierunku orientacji indywidualistycznej, czego najlepszym przykładem jest społeczeństwo polskie (por. DAAB, 1993).

**Rozwój pojęcia Ja a posiadanie rzeczy materialnych.** Przedmioty materialne odgrywają trudną do przecenienia rolę w rozwoju dziecka. Rozwój umysłowy i społeczny w istotnej mierze jest wspierany przez manipulację przedmiotami. Jednakże rola przedmiotu w życiu małego dziecka wydaje się

ważna także z emocjonalnego punktu widzenia oraz z uwagi na kształtowanie się koncepcji samego siebie.

Pierwsze „posiadane” przez dziecko przedmioty materialne, „przytulanki”, zapewniać mu mają komfort i poczucie bezpieczeństwa. Donald W. WINNICOTT (1993) uważa, że niemowlę wybiera sobie pewien obiekt — przedmiot, który pozwala mu bezpiecznie odłączyć się od matki. Nawiązując do psychoanalitycznej tradycji, autor nazywa go obiektem przejściowym (*transitional object*). Przedmiot ten w jakiś sposób wiąże się z matką, np. nasiąknięty jest jej zapachem. Ogólnie nie ma znaczenia, co to jest. To dorośli uważają, że dziecko potrzebuje misia, kotka itp. Dziecku wystarczy kocyk, kawałek szmatki, pielucha itp., które to przedmioty mają określoną fakturę (są miękkie i ciepłe), zapach, a nawet smak. Obiekty przejściowe, do których dziecko się przywiązuje, mają odmienny charakter w zależności od wieku dziecka (HONG, 1976). Pierwotne obiekty przejściowe należące do dzieci, poczynawszy od 6. miesiąca życia, są amorficzne, natomiast obiekty wtórne, do których dziecko przywiązuje się około 4. roku życia, to przedmioty typu lalki, pluszowe zwierzątka itp.

WINNICOTT (1993) nadaje „przytulance” szczególny status pierwszego „nie-Ja obiektu” i wiąże ją z początkiem rozwoju poczucia własnej tożsamości. Stanowi ona po części fragment własnego Ja, ale jednocześnie przynależy już do otoczenia zewnętrznego. W tym sensie właśnie „przytulanka” jest obiektem pośredniczącym pomiędzy samym sobą a światem jednoznacznie oddzielnym — zewnętrznym. Jego znaczenie wynika stąd, że łączy on dwa procesy: jeden afektywny, polegający na przywiązaniu do obiektu, który choć symbolizować może matkę czy inną osobę zapewniającą bezpieczeństwo, w istocie nią nie jest, oraz drugi, kognitywny, polegający na różnicowaniu pomiędzy rzeczywistością wewnętrzną a zewnętrzną, co z kolei stanowi podstawę realistycznej percepcji świata zewnętrznego i różnicowania Ja — inni. Przedmiot pełniący funkcję obiektu przejściowego pozwala więc dziecku na ostateczne „wypączkowanie” od matki. Jest swoistą pępowiną, dzięki której dziecko ma ciągły kontakt z obrazem matki, co zapewnia mu poczucie bezpieczeństwa w sytuacji, gdy matki nie ma obok, oraz umożliwia samodzielną eksplorację otaczającego świata. Obiekt przejściowy jest załącznikiem, wokół którego dziecko tworzy swój własny — niezależny od innych — świat. To zatem pierwszy krok w dorosłość.

Bardziej współczesne koncepcje rozwijają tę myśl, sugerując, że skoro dziecko uczy się traktować obiekt przejściowy jako substytut opiekuna, to stopniowo odkrywa siebie jako istotę oddzielną, nie będącą częścią opiekuna, istotę, która ze swej indywidualnej pozycji w świecie może dopiero wchodzić z tym światem w interakcje (MITSCHERICH, 1984). Jest to możliwe, ponieważ matka nie tylko toleruje, ale często wzmacnia tę szczególną więź. Matka i inne osoby z otoczenia pomagają w ten sposób dziecku zdobyć — iluzoryczną

na tym etapie — kontrolę nad otoczeniem, wyrażającą się w przekonaniu, że przytulanka, jako część samego siebie, a równocześnie część świata zewnętrznego, ma magiczną moc rozwiązywania wszystkich dziecięcych problemów i redukcji dziecięcych lęków.

WINNICOTT (1993) absolutnie nie sugeruje, że dziecięcy związek z „obiektem pośredniczącym” kształtuje prototyp późniejszych związków z dobrami materialnymi człowieka dorosłego. Na pewno jednak jego koncepcja pozwala zrozumieć, jak to się dzieje, że dorośli ludzie są w stanie odprężyć się oraz przywrócić naruszone poczucie bezpieczeństwa i komfortu dopiero wśród własnych rzeczy, często starych i pozbawionych jakiejkolwiek komercyjnej wartości.

Z kolei Lita FURBY (1987) rozwija wątek kontroli poprzez przedmiot i wiąże ważność dziecięcego posiadania z kontrolą nad otoczeniem i osiąganiem pożądaných efektów. Ciekawość świata małych dzieci, wyrażająca się w tendencji do dotykania i manipulowania przedmiotami, zderza się ze sprzeciwem świata dorosłych, obawiających się, że dziecko zrobi sobie krzywdę lub zniszczy przedmiot. W rezultacie dziecko uczy się, że pewne przedmioty są w zasięgu jego eksploracji, a inne absolutnie nie. Te pierwsze zaczyna identyfikować z samym sobą — są one dostępne eksploracji i kontroli na równi z własną nogą czy ręką. Inne przedmioty natomiast nie są dostępne bez ograniczeń, w związku z tym są spostrzegane jako zewnętrzne w stosunku do samego siebie. W ten sposób przedmioty stają się narzędziem wyznaczania granicy pomiędzy Ja i nie-Ja. To, co stanowi Ja dla dziecka, jest dostępne bezpośredniej kontroli, natomiast nie-Ja tej kontroli nie podlega. Rozwojowe znaczenie posiadania wiąże się zatem z jego instrumentalną funkcją jako *quasi-fizycznego rozszerzenia siebie*, co uczy dziecko kontroli nad otoczeniem i określania zasięgu tej kontroli.

Na rzecz tezy o ścisłym związku pomiędzy posiadaniem a formowaniem się poczucia własnej tożsamości zdaje się przemawiać używanie słów „moje” — „twoje” w różnych odmianach przez dzieci w bardzo wczesnej fazie rozwoju języka. DITTMAR (1992), opierając się na badaniach innych autorów, sugeruje, że zaimki dzierżawcze i inne słowa odnoszące się do posiadania nie są jedynie wyrazem tendencji do forsowania własnej woli, ale służą wyodrębnieniu siebie, zdefiniowaniu Ja w otoczeniu. Podobne funkcje pełnią dziecięce klótnie o zabawki. Nie chodzi w nich o zagarnięcie dóbr dla siebie z czysto egoistycznych pobudek, chęci posiadania, ale raczej o zaznaczenie własnej indywidualności, co jest przejawem rozwijającej się samoświadomości (LEVINE, 1983; NEWSON, NEWSON, 1976).

### 1.3.3. Orientacja społeczna — interpersonalny i kulturowy aspekt posiadania dóbr materialnych

Dobra materialne w świecie kulturowo ukonstytuowanych relacji społecznych. Koncepcje wyjaśniające fenomen posiadania w kategoriach instynktu lub narzędzia kreowania i wzmacniania obrazu samego siebie zasadniczo pomijają społeczny kontekst problemu, czyli fakt, że posiadanie nabiera głębszego sensu dopiero w relacjach międzyludzkich i międzygrupowych. O indywidualnej własności mówić można, uwzględniając trójelementowy układ: podmiot — przedmiot — inni ludzie, kiedy to zgoda innych na prawo do dysponowania przedmiotem przez daną osobę legitymizuje jej prawa do posiadania. Jednakże nie tylko prawo własności ustalane jest na drodze umowy społecznej. Obok niewątpliwie doniosłej roli przedmiotu materialnego jako moderatora emocji, instrumentu wspomagającego kształtowanie się pojęcia Ja oraz wytworzenie u jednostki poczucia kontroli i sprawstwa, elementu poszerzającego zakres i granice Ja indywidualnego, przedmiot jest także niezmiernie ważnym uczestnikiem procesu komunikacji społecznej. W trakcie tego procesu za pośrednictwem materialnych obiektów następuje wymiana znaczeń pomiędzy członkami danego układu społecznych odniesień. Dobra materialne są więc w stanie kreować i podtrzymywać relacje społeczne (DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979] 1996).

Komunikacyjny i społeczny aspekt posiadania wyraźny jest szczególnie w pracach socjologów i antropologów kulturowych odnoszących się do posiadania (np. APPADURAI, ed., 1986; DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979] 1996; MCCracken, 1986; 1990) oraz analizujących problem konsumpcji w kategoriach postmodernistycznego strukturalizmu (por. FIRAT, VENKATESH, 1995), mniej lub bardziej zajadłych krytyków reklamy jako zjawiska społecznego ściśle związanego z gromadzeniem dóbr materialnych (por. LEISS, KLINE, JHALLY, 1990; WILLIAMSON, 1978), a także psychologów odwołujących się w swych analizach posiadania dóbr i konsumpcji do teorii symbolicznego interakcjonizmu George'a MEADA (1975) oraz do opartego na nim konstrukcjonizmu społecznego (por. BERGER, LUCKMAN, 1966; GERGEN, 1985). Najpełniejszym przykładem zastosowania konstrukcjonizmu społecznego jako podstawy badań psychologicznych zmierzających do wyjaśnienia natury i mechanizmów posiadania jest praca Helgi DITTMAR (1992).

Konstrukcjonizm społeczny można rozumieć jako metateorię, ukierunkowującą spojrzenie na rzeczywistość, zgodnie z którą ludzie doświadczają swojego otoczenia nie jako chaotycznej i przytłaczającej masy zdarzeń, lecz jako uporządkowanej, zrozumiałej całości. Świat jest spostrzegany w kategoriach, które składają się na pewien społeczny system znaczeń, rozpoznawany i uznawany w obrębie danej grupy czy szerszej społeczności. Społeczeństwo

praktycznie nie mogłoby istnieć, gdyby jednostki wchodzące w jego skład nie podzielały powszechnie podstawowego symbolicznego porządku zasad, przekonań i interpretacji. Ludzka subiektywna świadomość jest określana, porządkowana i reprodukowana przez procesy społeczne. Kultura wrasta w jednostki i nadaje kształt ich myślom i działaniom. Kultura i społeczeństwo nie determinuje jednak jednostki w prosty i jednoznaczny sposób. Proces oddziaływania jest wzajemny. Następuje sprzężenie zwrotne, w którym jednostki są produktami i jednocześnie twórcami swojego świata społecznego (por. SEMIN, GERGEN, 1990).

Tożsamość jednostkowa jest również uwikłana w kontekst społeczny. Społeczność, w jakiej jednostka żyje, dostarcza jej kategorii do definiowania samej siebie i określania tożsamości innych. Głębsze zrozumienie tego zagadnienia umożliwia odwołanie się do symbolicznego interakcjonizmu (por. STRYKER, 1980). Podstawą symbolicznego interakcjonizmu jest twierdzenie, że rozwijające się poczucie tożsamości wyrasta z ludzkiej zdolności do samorefleksji lub — jak to określa MEAD (1975) — umiejętności spojrzenia na siebie z perspektywy drugiej osoby. Samoświadomość to umiejętność uczynienia Ja obiektem refleksji. Ten zabieg wymaga znalezienia odniesienia, co jest możliwe jedynie w kontekście podzielanego społecznie systemu znaczeń, gdzie „Ja” i „inni” w danym środowisku może być oznaczone i wyrażone w postaci symbolu. Takim symbolem mogą się stać właśnie przedmioty materialne.

Przedmioty materialne mają ścisły związek z poczuciem tożsamości jednostki i z jej sposobem określania tożsamości innych. Znaczenie dóbr materialnych jest konstytuowane społecznie i społecznie podzielane. Poprzez określone przedmioty zaznacza się i definiuje pewne istotne kategorie, takie jak płeć, klasę i status społeczny. W toku socjalizacji uczymy się, które przedmioty materialne „etykietują” daną grupę społeczną. Równocześnie to, co sami posiadamy powiela i umacnia istniejące kategorie społeczne (MCCRACKEN, 1986; 1990). Mając określone wyobrażenie własnej pozycji w sieci społecznych interakcji, ludzie dostosowują poziom i charakter konsumpcji, czyli ilość i jakość gromadzonych oraz użytkowanych w określony sposób dóbr do obowiązującego w ich grupie odniesienia standardu. Modele konsumpcji służą przede wszystkim utrzymywaniu społecznego *status quo*. W pewnych warunkach mogą się również stać elementami lub nawet instrumentami społecznej zmiany. Przykładowo, Coco Chanel dokonała rewolucji w sposobie ubierania się kobiet po I wojnie światowej, kiedy to kobiety przebojem weszły do życia społecznego, nie tylko w roli żony i matki.

Jednostki nie internalizują pasywnie pakietu społecznych postaw i przekonań, kulturowych kategorii i reguł. Uwewnętrznienie ich następuje raczej w wyniku integracji i transformacji różnych przekonań czy perspektyw, w różnego rodzaju interakcjach z różnymi osobami w toku socjalizacji. Małe dziecko, z racji swoich naturalnie ograniczonych kontaktów społecznych, czerpie wie-

dzę o sobie i świecie przede wszystkim od osób najbliższych. W miarę rozwoju krąg ludzi oddziałujących na dziecko w jakiś sposób zdecydowanie się poszerza. Źródła informacji tym samym są znacznie bogatsze. Na początku dziecko uczy się znaczenia przedmiotów poprzez obserwację innych w relacji do danego przedmiotu i wyobrażoną interakcję, w którą dany przedmiot może być zaangażowany. Często całkiem nieświadomie rodzice przekazują dziecku gotowy symbol, werbalizując cechę danej osoby, o której wnioskuje z rzeczy, jakie posiada. Inną drogę wyznacza zachowanie się dorosłych w stosunku do dziecka w kontekście przedmiotów, którymi dziecko się posługuje. Tegoż chyba najwyraźniejszym przykładem jest socjalizacja płci poprzez akceptację lub brak akceptacji dla zabawek, którymi zainteresowana jest mała kobieta (np. wzmacnianie zabaw lalkami) i mały mężczyzna (np. stwierdzenie: „chłopcy nie bawią się lalkami”). Z biegiem czasu tego typu interakcje się komplikują i zostają naturalnie wzbogacone poprzez poszerzenie społecznych doświadczeń. W ten sposób przedmiot materialny staje się istotnym elementem międzyludzkich interakcji, nabierając funkcji narzędzia komunikacji. Oczywiście, proces określania, wyrażania i przekształcania tożsamości jednostki poprzez materialne symbole nie zamyka się wyłącznie w okresie dzieciństwa. Przez całe dorosłe życie jednostka uczy się, jak stosować przedmioty w funkcji symbolicznej i równocześnie — stosując je — wzmacnia znaczenie przedmiotu jako elementu komunikacyjnego kodu (DITTMAR, 1992).

Znaczenie, jakie jednostki nadają dobrom materialnym, bierze swój początek w „świecie kulturowo ukonstytuowanym” (McCRACKEN, 1986), tzn. w indywidualnych doświadczeniach jednostek, które zostały ukształtowane w obrębie pewnego systemu przekonań, norm i wartości charakterystycznych dla danej kultury. Kultura konstytuuje fenomenologiczną rzeczywistość, w której jednostki poruszają się w dwojaki sposób. Po pierwsze — kultura stanowi pryzmat, przez który jednostka patrzy na otaczający ją świat; wpływa zatem na to, jak ta rzeczywistość jest przez nią rozumiana i asymilowana. Po drugie — kultura dostarcza wzorców i standardów aktywności, za pomocą których jednostka kształtuje swoje otoczenie. Dzieje się tak poprzez dostarczanie odpowiednich kategorii i reguł, zmieniających się nieustannie w perspektywie czasowej (DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979] 1996; McCRACKEN, 1986; 1990).

Kategorie odnoszą się do takich fundamentalnych zjawisk, jak czas, przestrzeń, klasyfikują świat zwierząt i roślin, nadają nazwę i znaczenie zjawiskom nadprzyrodzonym, porządkują świat społeczny w obrębie klas, którym nadawany jest określony status, grup wyznaczonych przez wiek, płeć, zawód itp. Kategorie kulturowe determinują zatem to, w jaki sposób świat zostaje posegregowany i jak te posegregowane części organizują się w większe, koherentne całości. Jak zauważa McCRACKEN (1986: 73), kategorie te w istocie swojej nie pojawiają się w tym zorganizowanym świecie, są raczej „rusztowaniem, na którym świat jest zawieszony”. Podlegają substancjalizacji zgodnie



z wzorcami i standardami dostarczanych przez kulturę, a najważniejszym sposobem ich ukonkretnienia jest posłużenie się przedmiotem materialnym (o czym przekonują prace antropologiczne, szczególnie z nurtu strukturalizmu społecznego). Kulturowe kategorie osoby, klasy społecznej, wieku i płci znajdują swe odzwierciedlenie np. w sposobie ubierania się i wzorcach związanych ze spożywaniem posiłków.

Reguły społeczne z kolei to zasady organizujące kategorie w określone spójne całości. Pozwalają one na różnicowanie i ocenę zjawisk kulturowych oraz określenie ich wzajemnych powiązań. Reguły społeczne, podobnie jak kategorie, są konkretyzowane poprzez przedmioty materialne znajdujące zastosowanie w danej kulturze. Rzeczy, które uwidaczniają różnice pomiędzy dwoma kategoriami społecznymi, równocześnie unaoczniają zasadę leżącą u podstaw tej różnicy. Jeśli np. ubranie odróżnia kobiety od mężczyzn, to równocześnie ujawnia istotę tej różnicy przez wyrażenie kobiecej „delikatności” i męskiej „siły”; jeśli natomiast różnice płci wydają się niepożądaną kategorią kulturową, to ubrania typu uniseks dokładnie zamazują niepożądane różnice.

Kategorie i reguły kulturowe organizują świat, w jakim żyją jednostki. Dobra materialne natomiast odgrywają podwójną rolę w tym kulturowo ukonstytuowanym świecie. Z jednej strony stanowią materialny wyraz tychże kategorii i reguł. Z drugiej natomiast są produktem kultury, którą substancjalizują. Przedmioty są zatem zarówno kreacjami, jak i kreatorami kultury (McCracken, 1986).

Znaczenia zawarte w kategoriach i zasadach „świata kulturowo ukonstytuowanego” zostają przeniesione na przedmioty materialne. McCracken uważa, że dzieje się tak za pomocą dwóch narzędzi transferu kulturowych znaczeń. Pierwszym z nich jest reklama, drugim — system kreowania mody i kształtowania gustów poprzez tzw. opiniotwórców (*opinion leaders*), którzy do niedawna wywodzili się z wyższych klas społecznych (por. SIMMEL, 1957), natomiast współcześnie wyodrębniają się z grup odniesienia znajdujących się na tym samym poziomie społecznej hierarchii, co odbiorcy (por. LUNT, 1995).

Ostatnim etapem w procesie przenoszenia znaczeń kulturowych jest umiejscowienie znaczeń nadanych przez kulturę przedmiotom materialnym w świadomości indywidualnego konsumenta dóbr. McCracken wymienia cztery narzędzia transferu tych znaczeń, nazwane przez niego rytuałami. Są to: rytuały posiadania (*possession rituals*), rytuały wymiany (*exchange rituals*), rytuały „uwalniania znaczenia” (*grooming rituals*) oraz rytuały „opróżniania ze znaczenia” (*divestment rituals*)<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> *Grooming* i *divestment rituals* zostały przetłumaczone w sposób opisowy jako — odpowiednio — „rytuały „uwalniania znaczenia” i „opróżniania ze znaczenia” z powodu trudności w znalezieniu celnego polskiego odpowiednika angielskich pojęć.

Rytuały posiadania odnoszą się do sytuacji, w których konsument poświęca czas i wysiłek posiadanym przez siebie przedmiotom, czyszcząc je, porównując, eksponując, czasem dokumentując ich posiadanie przez zrobienie fotografii itp. Dzięki rytuałom posiadania rzeczy stają się „moje” w psychologicznym, a nie tylko formalnym sensie i wymiarze własności. Przedmioty podlegają personifikacji. Nadaje się im znaczenie emocjonalne i znajduje satysfakcjonujące dopasowanie do własnego Ja. Nowa rzecz przyniesiona ze sklepu jeszcze nie jest własnością w sensie psychologicznym. Dopiero usunięcie metek i etykiet, umycie lub wypranie albo przymierzenie nowego ubrania i zestawienie go z rzeczami już posiadanymi powoduje, że rzecz taka wchodzi w zakres indywidualnego posiadania. Dany przedmiot zostaje zaakceptowany, ponieważ trafnie symbolizuje to, co jego posiadacz chce wyrazić — miejsce, czas, sytuację, przynależność do takiej, a nie innej grupy społecznej, wreszcie indywidualne właściwości i preferencje. Czasami jednak rzecz nie mieści się w obrębie indywidualnej przestrzeni psychologicznej danej osoby. Okazuje się, że nie jest w stanie wyrazić znaczenia, o które posiadaczowi chodziło. W takiej sytuacji — choć formalnie dana rzecz jest czyjąś własnością — nie wejdzie w zakres rzeczy istotnych.

Rytuał wymiany najpełniej uwidocznia się przy obdarowywaniu się prezentami. Ludzie wybierają prezenty — twierdzi McCracken — bo uważają że „pasują” do obdarowywanego lub są mu potrzebne. Tym samym posługują się symbolem materialnym zaznaczającym lub konstruującym czyjąś tożsamość. Dawanie prezentów jest skomplikowanym zjawiskiem, ponieważ — z jednej strony — zakłada ujawnienie tego, co darczyńca myśli o odbiorcy, ujawnienie jego koncepcji tej osoby; z drugiej zaś strony — jest publicznym zademonstrowaniem siebie, zdefiniowaniem siebie poprzez taki, a nie inny wybór przedmiotu, którym kogoś się obdarowuje. Z punktu widzenia obdarowanego można stwierdzić, że otrzymuje on pewien komunikat o tym, jak jest spostrzegany przez innych ludzi. Rodzaj i liczba prezentów mogą być również swoistym wskaźnikiem liczby i jakości kontaktów społecznych danej jednostki. Przykładowo, w Anglii istnieje zwyczaj wystawiania na widok publiczny (czasem nawet na parapecie okiennym) kart z życzeniami urodzinowymi, natomiast w czasie Świąt Bożego Narodzenia Anglicy obwieszają swoje domy girlandami z otrzymanych od rodziny, przyjaciół i przypadkowych znajomych kartek, co świadczyć ma, z jednej strony, o społecznej popularności danej osoby, a z drugiej — jest wyrazem szacunku dla osoby, która kartkę wysłała.

Rytuały „uwalniania znaczenia” uruchamiane są w sytuacjach, w których posiadacz lub posiadaczka potrzebuje posłużyć się szczególnym komunikatem odnoszącym się do jego pozycji społecznej albo właściwości indywidualnych. Pieczołowicie dobiera wtedy określone przedmioty, którym kultura nadała wyraźne znaczenie. McCracken przywołuje tu przykład wieczorowej gali, do

której jednostka „uzbraja się” w szczególnie wyjątkowe ubrania, uczesania, makijaż, rekwizyty itp. Wszystkie te rzeczy oddają swoje kulturowe znaczenie posiadaczom. Podobna sytuacja istnieje w przypadku uczestników ceremonii ślubnych albo żałobnych, gdzie zarówno główni aktorzy — nowożeńcy albo rodzina zmarłego, jak i ich goście zobowiązani są przestrzegać pewnych kulturowych zasad, mieścić się w pewnych kulturowych kategoriach, symbolizowanych przez rzeczy, jakie ich otaczają w tym szczególnym dniu.

„Uwalnianie znaczenia” poprzez szczególne zabiegi związane z przedmiotami niekoniecznie musi dokonywać się poprzez przeniesienie znaczenia z przedmiotu na podmiot. Przejawem tego zjawiska może być szczególna dbałość o sam przedmiot, nie zaś o stan osoby posługującej się tym przedmiotem. Czas i wysiłek poświęcany szczególnie samochodom lub kolekcjom cennych przedmiotów odzwierciedla ich znaczenie oraz siłę symbolizowania kategorii i reguł kulturowych.

Kolejna praktyka, przyczyniająca się do przeniesienia znaczenia kulturowego z przedmiotu na osobę, polega na „opróżnianiu ze znaczenia”. Rytuał ten można rozumieć jako swoistą depersonalizację przedmiotu, którego ludzie stają się posiadaczami poprzez zakup lub przejęcie po innej osobie albo którego zamierzają się pozbyć. Zwykle dokładnie usuwają oni „ślady siebie” z samochodu, który chcą sprzedać, i mieszkania, z którego mają się wyprowadzić, albo wyrzucają przedmioty należące do poprzedniego właściciela z mieszkania, do którego mają się wprowadzić, i z samochodu, który od kogoś odkupili. Po „opróżnieniu ze znaczenia” rozpoczynają rytuały wchodzenia w posiadanie poprzez personalizację. Starają się nadać rzeczy, którą posiadli, piętno indywidualizmu, dlatego z taką pieczołowitością urządzają własne domy albo biorąc je na powrót w posiadanie po długiej nieobecności, sprawdzają, dotykają, przemieszczają rzeczy, z którymi nie mieli do czynienia przez długi czas.

Komunikacyjny wymiar zgromadzonych rzeczy materialnych stwarza zatem warunki, w których przedmiot zostaje włączony w relacje społeczne nie ze względu na swoje „przedmiotowe” wartości (*intrinsic values*), np. wartość hedonistyczną, użytkową lub estetyczną, ale z powodu jego wartości symbolicznych (*extrinsic values*). Przez te ostatnie dokonuje się kodowanie i komunikowanie znaczeń odnoszących się zarówno do istotnych kategorii społecznych, takich jak np. status i prestiż w obrębie grupy odniesienia (BELL, MORRIS, HOLBROOK, SOLOMON, 1991), jak i kategorii indywidualnych (SCHULTZ KLEINE, KLEINE III, ALLEN, 1995).

**Rola reklamy w transferze kulturowych znaczeń.** W procesie kulturowego transferu znaczeń przypisywanych przedmiotom materialnym szczególnie miejsce przypada reklamie, oskarżanej zresztą o to, że stanowi źródło „fałszywego symbolizmu” (por. LEISS, KLINE, JHALLY, 1990). Reklama jest niewąt-

pliwie formą społecznego komunikowania. Nadawca formułuje przekaz, w którym stara się zawrzeć treści istotne dla przekonania odbiorcy o tym, że prezentowany produkt jest wart uwagi. Odbiorca — jeśli oczywiście zarejestruje istnienie tego przekazu — odczytuje go i w jakiś sposób włącza (lub nie) w repertuar czynników oddziałujących na jego konsumenckie zachowanie. Pomiedzy tym, co przekazuje nadawca — twórca reklamy, i tym, co przyjmuje odbiorca, dokonuje się szereg skomplikowanych procesów kodowania i dekodowania, wybiegających daleko poza czysto racjonalne przetwarzanie danych oraz angażujących w ogromnej mierze emocje, motywację, doświadczenie indywidualne i kulturowe odbiorcy.

Sztuka skutecznego komunikowania polega na tym, by odbiorca przyswoił przekaz i odczytał jego znaczenie zgodnie z intencjami nadawcy. W idealnej sytuacji zatem przekaz nadany powinien być tożsamy z odebrany. Jednakże odbiorca interpretuje przekaz przez pryzmat swoich własnych doświadczeń, emocji, oczekiwań, posiadanych kategorii poznawczych oraz stosunku do nadawcy. Nie odbiera on komunikatu, ale raczej konstruuje go na nowo, nadając mu znaczenie. Tony SCHWARTZ (1974), wyjaśniając tę specyficzną relację pomiędzy twórcą reklamy a jej odbiorcą, odwołuje się do pojęcia rezonansu — przekaz musi „zadźwięczeć”, poruszyć odpowiednie struny w całej konstrukcji doświadczeń, myśli i emocji odbiorcy. Aby to było możliwe, zarówno nadawca, jak i odbiorca muszą poruszać się w obrębie jednego systemu znaczeń, zrozumiałych poprzez uczestnictwo w tej samej kulturze. Twórcy reklam nie są w stanie trafić do każdego indywidualnego konsumenta, posługując się jego osobistym systemem znaczeń. Z natury rzeczy zmuszeni są odwoływać się do pewnego kodu bardziej uniwersalnego — kodu znaków i symboli ukształtowanego w obrębie określonej kultury z jej systemem kategorii i reguł.

To, w jaki sposób przedmiot staje się rozpoznawalnym symbolem określonej kategorii lub relacji społecznej, analizuje w uznawanej już niemal za klasyczną pracy Judith WILLIAMSON (1978). Wyjściowy materiał jej analizy, w najbardziej przystępny sposób obrazujący proces tworzenia się znaku przy przetwarzaniu danych z przekazu reklamowego przez odbiorcę, stanowi jedna z pierwszych reklam *Chanel No. 5*, w której pojawia się Catherine Deneuve w towarzystwie buteleczki perfum. Przesłanie tejże reklamy ma być następujące: *Chanel No. 5* to szyk i elegancja, wyrafinowana „francuskość”, nieskazitelne i delikatne piękno. Nic jednakże w obrazie kobiety z butelką perfum *explicite* nie ujawnia tegoż przesłania. Konkluzja powstaje dopiero w umyśle odbiorcy, który musi — po pierwsze — wiedzieć, że Catherine Deneuve uchodzi za symbol francuskiej urody i elegancji (a tak właśnie było w okresie, z którego pochodzi omawiana reklama), po drugie zaś — musi dokonać transferu znaczenia z jednego obiektu na drugi, czyli skojarzyć przedmiot (buteleczkę perfum) z osobą, która już jest znakiem, i przelać znaczenie przypisane osobie na ten właśnie przedmiot.

Sztuką reklamy jest zatem kreowanie nowych znaków, nadawanie przedmiotom symbolicznego znaczenia, które — o co zabiegają twórcy reklamy — spowoduje odpowiednie zachowania odbiorców. Reklama w istocie swojej nie działa na odbiorcę, ona działa raczej przez odbiorcę. Znaczenie nie jest dane z góry — to odbiorcy je odnajdują, konstruują i przekształcają w kontekście kategorii i reguł dostarczonych im przez kulturę, w obrębie której podlegają socjalizacji.

Transmisja znaczenia z jednego obiektu na drugi — zauważa Williamson — jest możliwa tylko wtedy, kiedy istnieje pierwotny, silnie zakorzeniony w świadomości odbiorcy znak, który może użyć swego znaczenia innemu obiektowi. Taki transfer znaczeń może odbywać się pomiędzy: (a) dwoma obiektami, przy czym „znakiem pierwotnym” może tu być zarówno osoba, jak i przedmiot materialny; jak w przytoczonym tu przykładzie, gdzie znana aktorka przekazuje swój społeczny *image* promowanemu zapachowi; (b) sytuacjami społecznymi a obiektami; przykładem może być kampania reklamowa pewnej kawy, w której znaczenie produktowi nadawane było poprzez jego obecność w podniosłych wydarzeniach z życia rodzinnego; (c) odczuciami i emocjami a obiektami; przykładem są reklamy sensualne, odwołujące się do zapachów, smaków, wrażeń dotykowych, podniecenia seksualnego itp.

Cały proces transmisji możliwy jest przy założeniu, że zarówno nadawca przekazu reklamowego, jak i jego odbiorca poruszają się w tym samym „systemie odniesień” i z niego czerpią swoje inspiracje. Ten system odniesień to zespół społeczno-kulturowych treści, mających swe korzenie w tradycji, legendach i mitach, literaturze, sztuce i codzienności danego społeczeństwa oraz społecznie określonych kategoriach i regułach kulturowych. Umberto Eco (1996) wręcz stwierdza, że każdy komunikat, jako silnie skodyfikowany, w zasadzie powtarza tylko to, co użytkownik i tak znał oraz co przewidywał. Reklama posługuje się kulturową konwencją wyzwalającą konwencjonalne zachowania odbiorcy.

Wydaje się jednak, że w warunkach „globalnej wioski” globalizuje się również system kulturowych odniesień i kod stosowany w komunikacji; reklama zatem w coraz mniejszym stopniu musi brać pod uwagę regionalne preferencje i tradycje. Granice segmentów, do których kierowany jest przekaz reklamowy, wyznaczone są już w niewielkim zakresie przez tradycję narodową i kulturową, a w decydującym — przez międzykulturowe, przynajmniej w warunkach europejskich, charakterystyki określonego stylu życia pewnych grup społecznych, wyznaczanego przez rodzaj aktywności i / lub wiek. Ten specyficzny system odniesieniowy charakterystyczny dla pewnego stylu funkcjonowania społecznego oraz stosowany w związku z nim kod komunikacyjny szczególnie widoczne są w reklamach kierowanych do młodych i bardzo młodych odbiorców. Reklamy te zakładają, że ich adresaci są w specyficzny sposób „wiedukowani” w posługiwaniu się zastosowanym w przekazie kodem

i bez trudu z fragmentarycznego obrazu czy urywków tekstu skonstruuja sens, np. decydujące znaczenie brunatnego płynu z butelki opatrzonej odpowiednim logo dla psychologicznego i społecznego dobrostanu jego konsumenta.

**Semiotyka posiadania dóbr materialnych.** W zrozumieniu komunikacyjnego wymiaru posiadania rzeczy materialnych w wydatny sposób pomaga semiotyka<sup>9</sup>, czyli nauka o znakach, dostarczając podstaw pojęciowych do analizy znaczeń zamkniętych w przedmiotach materialnych (NÖTH, 1988; Eco, 1996; HEILBRUNN, 2001).

W semiotycznym sensie przedmiot traktowany może być jako znak lub symbol i w ten sposób włączony w społeczny oraz kulturowy system komunikowania znaczeń. Znak w semiotyce to połączenie oznacznika i znaczenia, czyli obrazu i pojęcia (Eco, 1996). Obraz wizualny, np. krążek z żółtego metalu na palcu, lub dźwiękowy, np. wypowiedzenie słowa „obraczka”, w połączeniu ze znaczeniem, czyli zaangażowaniem danej osoby w małżeński związek, tworzą dopiero znak. Związek pomiędzy oznacznikiem a znaczeniem jest arbitralny — tzn. wcale nie musi tak być, że obrączka oznacza, że mamy do czynienia z zamężną kobietą lub żonatym mężczyzną; jednakże z chwilą, gdy związek ten zostanie narzucony przez obowiązujący kod, znaczenie zostaje nierozzerwalnie połączone z oznacznikiem. Przyjęty kod decyduje o tym, że dany oznacznik komunikuje określone znaczenie. Znak definiowany jest za pomocą skodyfikowanego znaczenia, które określony kontekst kulturowy przypisuje danemu oznacznikowi.

Cytowany przez Eco (1996) twórca semiologii Charles Peirce stwierdza, że znak to „coś, co pod jakimś względem lub w jakiejś roli reprezentuje wobec kogoś coś innego”. W takim sensie jednakże znak wydaje się tożsamy z symbolem. Tymczasem — jak zauważa Tzvetan TODOROV (1991) — to właśnie Peirce wprowadza istotne rozróżnienie pomiędzy znakiem i symbolem. Odwołując się do „trójkąta semiotycznego” Ogdena i Richardsa, przedstawionego w ich pracy *Meaning of Meaning* z 1923 r., Todorov sugeruje, że znak ma strukturę trójelementową, na którą składa się znaczące, znaczone i desygnat. Te trzy elementy połączone są za pomocą dwóch relacji: pierwsza z nich to relacja znaczenia pomiędzy znaczącym („jabłko”) i znaczone (jabłko jako pojęcie), druga natomiast to relacja denotacji pomiędzy desygnatem (rzeczywiste konkretne lub wyobrażone jabłko) a konglomeratem złożonym z dwóch pozostałych elementów. Symbol — w odróżnieniu od znaku

---

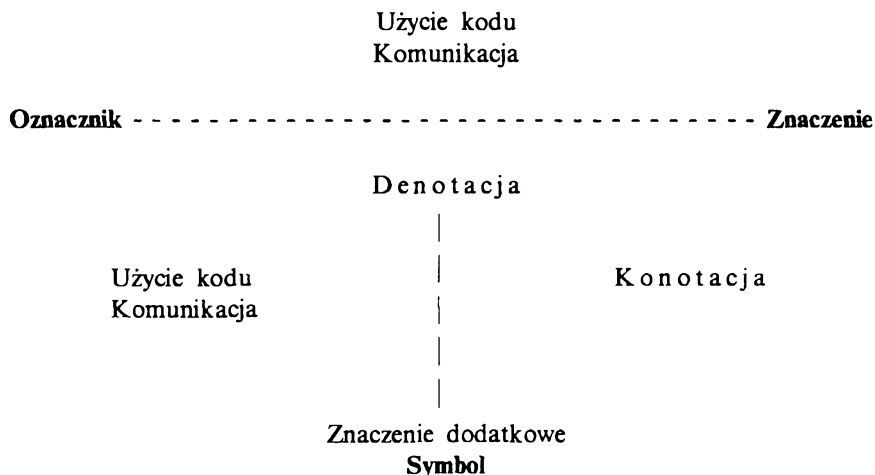
<sup>9</sup> Semiotyka lub semiologia — przyjmuję tu stanowisko specjalistów w tej dziedzinie (np. NÖTH, 1990, por. także LAMBKIN i in., 2001), którzy uznają termin „semiotyka” za bardziej ogólny, obejmujący zagadnienia wywodzące się zarówno z semiologii (badanie struktur tekstowych), jak i semiotyki ogólnej (badanie znaków niejęzykowych).

— posiada strukturę dwuelementową i tylko jedną relację pomiędzy elementami konstytutywnymi, czyli symbolizującym (np. czerni) a symbolizowanym (żałoba). Najlepszym przykładem znaków są słowa, natomiast symboli — rytuały lub emblematy o społecznej naturze i genezie. Znak jest zwykle „niemotywowany”, tzn. połączenie pomiędzy znaczącym, znaczonym oraz desygnatem zostało ustalone przypadkowo i uprawomocnione poprzez przyjęty kod, np. językowy. Symbol zaś jest „motywowany”, czyli nawet nie znając w pełni kodu, jesteśmy w stanie dociec związku pomiędzy symbolizującym a symbolizowanym (np. krzyż jako symbol chrześcijaństwa).

Eco (1996), nie przykładając szczególnego znaczenia do rozróżnienia pomiędzy znakiem a symbolem, widzi miejsce jednego i drugiego w procesie komunikowania w następujący sposób:

Schemat 1.1

**Znak i symbol w procesie komunikowania się**



Schemat przedstawia sytuację, gdy na podstawie pewnego kodu dany oznacznik denotuje określone znaczenie. Przykładowo, słupek rtęci w termometrze na jakimś poziomie oznacza określoną temperaturę ciała. Na tym jednak proces się nie kończy. Wskazywana przez słupek rtęci określona temperatura dla odczytującej ją osoby niesie odpowiednie skojarzenia, np. z chorobą, jeśli jest zbyt wysoka. Pierwotny znak — oznacznik wraz ze zdenotowanym znaczeniem staje się powtórnie oznacznikiem i — tym razem poprzez konotację — przywołuje dodatkowe znaczenie. W rezultacie konotacji oznacznik zostaje symbolem.

Ecó odnosi się bezpośrednio do problemu roli przedmiotów materialnych w społecznej i kulturowej komunikacji w interesującym tekście zatytułowa-

nym *Funkcja i znak (semiologia architektury)*<sup>10</sup>. Twierdzi, że istotą przedmiotu z komunikatywnego punktu widzenia jest jego potencjalna funkcja, komunikowana nawet wtedy, kiedy przedmiot nie jest używany. „[...] przedmiot użytkowy jest oznacznikiem ściśle, a konwencjonalnie denotowanego znaczenia, którym jest jego funkcja” — pisze w swoim eseju (Eco, 1996: 209). Istnienie przedmiotu w relacjach społecznych ma sens w kontekście funkcji, dla jakiej dany przedmiot został stworzony, a która to funkcja jest czytelna i zrozumiała dla użytkownika. Zrozumienie i czytelność funkcji przedmiotu z kolei wynika z przyswojonego i stosowanego na co dzień kodu kulturowego, określającego, do czego np. służy widelec, a do czego łóżko. Dla ilustracji swojej tezy o tym, że forma (przedmiot) denotuje funkcję tylko na mocy pewnego systemu oczekiwań i nawyków, a więc na mocy pewnego kodu, Eco przywołuje przykład domu, który łamie ustalone konwencje, a który jednakże może umożliwić mieszkanie komfortowe i „funkcjonalne”, pod warunkiem że nauczymy się w nim mieszkać. W takim nieznanym otoczeniu musimy poznać sposoby zachowania, które ten dom narzuca mieszkańcom. Nieznane dotychczas elementy wyposażenia kuchni lub łazienki będą nieprzydatne, dopóki nowa forma nie zdenotuje przydatnej funkcji poprzez przyswojenie przez użytkownika „sposobu użycia”, czyli odniesienie do jakiegoś znanego już wcześniej kodu.

Denotowanie funkcji zamkniętej w przedmiocie oczywiście nie kończy roli przedmiotu w procesie społecznego komunikowania. Oznacznik wraz ze znaczeniem może stać się powtórnie oznacznikiem i konotować dodatkowe znaczenia. Eco pisze w tym kontekście o funkcji symbolicznej lub ideologii funkcjonalności obiektu. Obrazuje ją następujący przykład: „Krzesło mówi nam przede wszystkim, że możemy na nim siąść. Ale jeśli krzesło jest tronem, to powinno służyć nie tylko do siedzenia, lecz do siedzenia z pewną godnością i do poparcia tego aktu szeregiem dodatkowych znaków konotujących królewskość: orłami na poręczach, szerokim oparciem uwieńczonym koroną itd. Te konotacje królewskie są do tego stopnia funkcjonalne, że byle tylko istniały, może nawet ulec osłabieniu zasadnicza funkcja wygodnego siedzenia. [...] »Bycie siedzeniem« jest tylko jedną z funkcji tronu i tylko jednym z jego znaczeń — najbardziej bezpośrednim, ale nie najważniejszym” (Eco, 1996: 213).

---

<sup>10</sup> Eco, precyzując pojęcie „architektura”, do którego odnosi się w tejże pracy, stwierdza: „Przez »architekturę« rozumieć będziemy dalej architekturę właściwą, wzornictwo i projektowanie urbanistyczne. Pozostawimy na razie bez odpowiedzi pytanie, czy definicje, jakie podamy, będzie można rozszerzyć na wszelkie projektowanie zmian w trójwymiarowej rzeczywistości, służące jakiejś funkcji związanej z życiem zbiorowym. Definicja powyższa obejmuje projektowanie odzieży jako wyrazu przynależności społecznej i platformy współżycia, a nawet projektowanie odżywiania, pojętego nie jako sporządzanie przedmiotów koniecznych jednostce do życia, lecz jako tworzenie konstrukcji o funkcji społecznej i konotacji symbolicznej, takich jak jadłospis, poczęstunek, itp.” (Eco, 1996: 200).



Symboliczne konotacje przedmiotu komunikują jego „społeczną użyteczność”, ponieważ dzięki konotowanemu kompleksowi konwencji umożliwiają zaistnienie pewnych społecznych relacji, ich akceptację lub jej brak, wyrażają pozycję społeczną posiadacza itp. W związku z tym, że w istocie swojej zarówno denotacja, jak i konotacje odnoszą się do funkcjonalności obiektów — w sensie użytkowym lub symbolicznym, Eco proponuje określić mianem funkcji prymarnej denotację użyteczności, natomiast mianem funkcji sekundarnych konotacje symboliczne.

W toku dziejów relacje pomiędzy funkcją prymarną a funkcjami sekundarnymi różnych obiektów materialnych nieustannie się zmieniają. Możemy mieć do czynienia z sytuacją, gdy zatarcie uległa funkcja prymarna przy pozostawionych funkcjach sekundarnych (np. świątynie świata antycznego zatraciły funkcję religijną — prymarną, lecz zachowały moc symbolizowania różnych aspektów starogreckiej mentalności — funkcja sekundarna) lub zatraciły się wszystkie funkcje, po czym funkcje sekundarne zostały zastąpione nowymi (np. egipskie piramidy nie są już spostrzegane ani jako królewskie groby, ani obiekty astrologiczno-geometryczne o istotnych konotacjach dla starożytnych Egipcjan, ale raczej w kategoriach „czterdziestu wieków” patrzących na żołnierzy Napoleona lub szalejących mumii z mniej czy bardziej udanych produkcji filmowych). W innych przypadkach pozostaje funkcja prymarna, a zanikają funkcje sekundarne (np. stary mercedes dalej jeździ, ale już nie symbolizuje wysokiego statusu materialnego posiadacza) albo funkcja prymarna zostaje zastąpiona nową, a sekundarne przekształcają się (np. maszyna do szycia z początku wieku zostanie przerobiona na kwiatnik i staje się umieszczanym na poczesnym miejscu w mieszkaniu szacownym „antykiem”). W końcu funkcja prymarna może stać się sekundarną (gdy staroświecki przedmiot użytkowy czyni się przedmiotem wyłącznie kontemplacji) lub zarówno funkcja prymarna, jak i sekundarna są od początku mgliste oraz nieostre, pojawiają się zatem całkowicie nieoczekiwane interpretacje użyteczności i symboliczności przedmiotu.

W toku rozwoju kultury mamy do czynienia ze zużywaniem się oraz nawrotami form i symboli. Tworzenie nowych kontekstów dla starych form przedmiotów, czyli dekontekstualizacja znaku lub — jak ją nazywa Levi-Strauss — rozszczepienie semantyczne, wypełnia go nowymi znaczeniami. Mamy również do czynienia z koniecznością uzupełniania kodów umożliwiających komunikowanie znaczeń przez coraz to nowe przedmioty, takie jak np. komputer, wchodzące nieuchronnie w nasze życie. Eco uważa, że wobec tendencji do odrywania oznaczników od znaczeń i nieustannej zmiany znaczeń powinno się projektować przedmioty o zmiennych funkcjach prymarnych oraz otwartych sekundarnych.

Añaliza relacji pomiędzy funkcją prymarną i funkcjami sekundarnymi rzeczy materialnych prowadzi nieuchronnie do postawienia pytania, w jakim

momencie przedmiot wychodzi poza ramy czystej funkcjonalności i użyteczności (np. ubranie używane w celu ochrony przed zimnem), a staje się znakiem i komunikatem w relacjach społeczno-kulturowych (np. ubranie jako komunikat o zamożności i statusie społecznym). Jest to problem odnoszący się do procesu „semiotyzacji” i „semantyzacji” produktów (MOLES, 1972; BARTHES, 1964; NÖTH, 1988/2001; 1990) oraz do poszukiwania tzw. progu semiotycznego (Eco, 1976). Ścierają się w tym względzie co najmniej trzy stanowiska.

Pierwsze zakłada istnienie wyraźnego progu semiotycznego — przedmiot może stać się znakiem wtedy, kiedy wychodzi ze sfery praktycznej w sferę semiotyczną, czyli znaczeniową i symboliczną (np. BARTHES, 1964; MUKAŘOVSKÝ, 1978). W tym ujęciu znaczenie przedmiotów — interesujące semiotyków — wiąże się z wyższymi poziomami konotacji i jest „wczepione niczym pasożyt w pierwotne znaczenie artykułu użytkowego” (NÖTH, 1988/2001: 424).

Druga tendencja sytuuje zarówno użyteczność i funkcjonalność, jak i konotacyjną symboliczność w obrębie systemu znaków (MOLES, 1972; Eco, 1996), czyli praktycznie zaprzecza istnieniu progu semiotycznego. Przedmiot staje się znakiem już na poziomie bezpośredniej użyteczności, bo jego znaczenie zawarte jest w rozumieniu spełnianej przez niego funkcji (Eco, 1996).

Trzecie stanowisko prezentuje Winfried NÖTH (1988/2001), który uważa, że dychotomia „niesemiotyczne — semiotyczne” jest nietrafiona. Przedmioty spostrzegać można bowiem jako albo semiotyczne, albo niesemiotyczne, a tym, co decyduje o „semiotyczności”, jest punkt widzenia użytkownika, ujmującego znaczenie przedmiotów z trzech perspektyw („ram semiotycznych”): użytkowej, komercyjnej i społeczno-kulturowej. Rama użytkowa wiąże się ze spostrzeganą funkcjonalnością obiektu (np. miękkość i zdolność chronienia przed zimnem w przypadku swetra). Rama komercyjna odnosi się do wartości wymiennej produktu w stosunku do innych wyrobów, określanej m.in. przez odpowiednią metkę firmową i cenę. Rama społeczno-kulturowa pozwala na lokowanie użytkownika w obrębie pewnej grupy społecznej, a także uwzględnia konotacje wyższego rzędu, odwołujące się do „mitów” lub „ideologii” produktu (por. WILLIAMSON, 1978), które często kreowane są przez reklamy (np. silny mężczyzna Marlboro i Camela, „rodzinnosc” kawy Tchibo albo nieokiełznana młodość Frugo).

Mimo że wszystkie produkty da się dekodować w obrębie wymienionych ram semiotycznych, to jednak — według Nötha — istnieją pewne obiekty „prototypowe” dla poszczególnych ram (np. śrubokręt lub mleko dla ramy użytkowej, dzieła sztuki dla ramy społeczno-kulturowej, a akcje i obligacje dla ramy komercyjnej). We współczesnym świecie, zorientowanym na „konsumpcję symboli”, te prototypowe obiekty podlegają procesowi semiotyzacji i zostają ulokowane również w obrębie pozostałych ram semiotycznych (por. zmiany w obrębie funkcji prymarnych i sekundarnych przedmiotów opisywane przez Eco, 1996).

Analizy semiotyczne produktów użytkowych czy dóbr materialnych wyraźnie wyprowadzają proces konsumpcji poza funkcję zaspokajania podstawowych potrzeb, a rzeczy poza ich czystą użyteczność. Konsumpcja staje się przede wszystkim aktywnym i systematycznym manipulowaniem znakami (BAUDRILLARD, [1970] 1998), a w sklepach sprzedaje się głównie symbole, a nie produkty *sensu stricto*.

#### 1.4. Problematyka badań własnych w świetle kluczowych zagadnień psychologii posiadania

Zaprezentowane w poprzednich podrozdziałach koncepcje i teorie wyjaśniające naturę posiadania skłaniają do stwierdzenia, że stosunek do dóbr materialnych współczesnego człowieka z kręgu kultury euroamerykańskiej, mający niewiele już wspólnego z biologicznie zdeterminowanymi instynktami, popędami lub potrzebami, jest nieodłącznie związany — z jednej strony — z intraindywidualnymi mechanizmami regulacji zachowania, takimi jak obraz samego siebie, poczucie tożsamości i poczucie własnej wartości, a z drugiej — z wzorcami zachowań, normami i wartościami, wyrastającymi z określonej kultury, oraz z wewnątrzkułturowym procesem komunikacji. Powiązanie posiadania dóbr materialnych z problemami jednostkowej tożsamości oraz wzorcami kultury, w jakiej dana osoba podlega socjalizacji, stanowi podstawowe założenie i punkt odniesienia, wokół którego koncentrują się moje rozważania i badania empiryczne, przedstawione w kolejnych rozdziałach. Problemy, które poruszam, odnoszą się do następujących zagadnień:

Po pierwsze — fakt powiązania posiadania dóbr materialnych z tożsamością jednostkową skłania do zastanowienia, w jaki sposób nadawanie znaczenia oraz funkcjonalność rzeczy zmieniają się wraz ze zmianami tożsamości w ciągu życia, w jaki sposób zależą one od takich kategorii — społecznych w swej naturze — określających tożsamość, jak płeć czy status społeczno-ekonomiczny. Równocześnie ważność posiadania wiąże się wyraźnie z regułami i zasadami życia społecznego w ramach określonego kontekstu kulturowego. Pojawia się zatem pytanie, jak ważność posiadania i funkcje dóbr materialnych rozumieją kobiety i mężczyźni, znajdujący się w różnych stadiach cyklu życiowego, w polskim kontekście społeczno-ekonomicznym; ludzie, którzy mają za sobą doświadczenia gospodarki niedoborów oraz bolesnej nierzadko konfrontacji z „konsumpcyjnym rajem” gospodarki kapitalistycznej.

Po drugie — z kulturowych analiz społeczeństw postindustrialnego kapitalizmu wynika, że dobra materialne są dla współczesnego człowieka wyjątkowo

ważne, że ma on silną tendencję do umieszczania ich w centralnym miejscu swojego życia i hierarchii wartości. Dobra materialne, towarzyszące rozwijającej się tożsamości i posiadające znaczenie jako środek komunikacji społecznej w kontekście kulturowych norm, zasad oraz kategorii rozumienia świata, powinny więc pomagać nie tylko w kreowaniu, ale również w ochronie obrazu samego siebie i poczucia własnej wartości. Kolejne pytanie, na które poszukuję odpowiedzi, odnosi się zatem do tego, czy posiadanie dóbr i nadawanie temu szczególnej wartości ma rzeczywiście tak pozytywne znaczenie dla obrony bądź wzmocnienia własnego Ja.

Po trzecie — zagadnienia związane z procesem poszerzania Ja poprzez dobra materialne oraz ze związkami posiadanych dóbr z tożsamością jednostkową to motywy nieustannie przewijające się w analizach zmierzających do wyjaśnienia istoty i sensu posiadania. W analizach tych pojęcie tożsamości ma raczej socjologiczny niż psychologiczny wymiar. Jest to niewątpliwa luka w rozważaniach na temat związków człowieka ze światem dóbr materialnych. Jak zatem tożsamość, rozumiana jako jądro koncepcji samego siebie, na którą — obok kategorii społecznych — składają się kategorie w najwyższym stopniu zindywidualizowane, wchodzi w relacje z dobrami materialnymi? Jaki rodzaj czy charakter tożsamości osobistej predysponuje do większego lub mniejszego zaangażowania w gromadzenie dóbr i przypisywanie im szczególnych funkcji w życiu? Czy koncentracja na sobie jako na indywidualności bardziej skłania do otaczania się dobrami materialnymi określonego rodzaju i o określonej funkcji, czy raczej spostrzeganie siebie jako części społecznego układu odniesienia powoduje, że dobra materialne zaczynają odgrywać istotną rolę w życiu człowieka?

Po czwarte — konsumpcja i posiadanie dóbr materialnych to zjawiska mające wyraźny kulturowy charakter. Za podstawowe dymensje zróżnicowania kulturowego współczesnych społeczeństw uznaje się takie wymiary, jak indywidualizm i kolektywizm. Definiują one zarówno kultury, jak i jednostki, żyjące w ich ramach. Ostatnie pytanie mojej pracy dotyczy więc tego, jak kontekst kulturowy społeczeństwa indywidualistycznego lub kolektywistycznego, skrzyżowany z osobistymi preferencjami w tym względzie, wynikającymi z charakteru tożsamości jednostkowej, odbija się na relacjach jednostki z dobrami materialnymi. Czy prawdziwe jest w psychologicznym sensie twierdzenie, że to przede wszystkim indywidualistyczne „głodne” Ja potrzebuje wypełnienia dobrami materialnymi?

Powyższe cztery punkty określają najogólniej strukturę kolejnych rozdziałów, w których obok dalszych analiz teoretycznych prezentowane są empiryczne rozstrzygnięcia, stanowiące rezultat przeprowadzonych przeze mnie badań.

## **2. Funkcje dóbr materialnych**

### **2.1. Rola i znaczenie dóbr materialnych w życiu człowieka**

#### **2.1.1. Posiadanie i bycie w filozofii i religii**

Na co dzień otacza nas ogromna różnorodność rzeczy materialnych, a świat zewnętrzny nieustannie informuje o istnieniu jeszcze innych, nowszych i — zdawałoby się — bardziej potrzebnych. Reklamy obiecują komfort, szczęście i wolność od trosk wśród przedmiotów obdarzonych magiczną mocą rozwiązywania wszelkich ludzkich problemów. Konsumpcyjny raj wydaje się istnieć w zasięgu ręki. Po co nam te wszystkie rzeczy? Jaką pełnią funkcję w życiu człowieka? Jakie mają dla niego znaczenie? Jakie znaczenie ma w ogóle fakt bycia właścicielem pewnego zasobu dóbr materialnych? Czy można funkcjonować bez tej własności? Czy jest ona człowiekowi absolutnie niezbędna?

Filozofowie roztrząsają nie od dzisiaj problem wartości „być” w opozycji, a może w koegzystencji z „mieć”. Pytanie — czy „mieć”, czy raczej „być” — pojawia się i powraca z różną siłą w różnych momentach życia jednostek i społeczeństw. Różne orientacje filozoficzne sugerują, co lepsze dla jednostki i jaką drogą powinna ona podążać, aby osiągnąć pełnię człowieczeństwa. Erich FROMM (1995: 53) pisze o tym problemie w sposób następujący: „Dysjunkcja posiadania i bycia dla zdrowego rozsądku nie wydaje się przekonująca. Mieć to na pozór normalna funkcja naszego życia — aby żyć musimy posiadać rzeczy. A nadto musimy posiadać rzeczy, aby móc się nimi cieszyć. W kulturze, dla której nadrzędnym celem jest posiadanie — posiadanie coraz to więcej i więcej — w której można mówić o kimś, że »wart jest milion dolarów«, jaka może istnieć różnica między posiadaniem a byciem? Jest dokładnie przeciwnie, wydaje się, iż posiadanie jest samą esencją bycia, że jeśli nie ma się nic, to jest się niczym.”

Ten prowokacyjny wywód Fromma nie znajduje uznania nawet w oczach autora. On sam, odwołując się do „wielkich mistrzów życia”, twórców systemów religijnych i filozoficznych, tę dysjunkcję „mieć” i „być” potwierdza oraz demaskuje w odniesieniu do codziennego życia współczesnego człowieka, który — jego zdaniem — rezygnując z siebie, staje się ofiarą filozofii konsumpcji.

Szala rozważań filozoficznych zwykle przeważa po stronie „być”. Jest tak np. w przeciwstawianiu sobie postawy „być” i „mieć” przez Gabriela MARCELA (1986), który — podobnie jak Fromm — widzi „mieć” znacznie szerzej niż tylko w odniesieniu do dóbr materialnych — jako uogólniony egocentryczny i receptywny stosunek do świata, nacechowany lękiem, niepokojem i nieufnością.

Również w pismach Karola MARKSA (1981), tym razem w odniesieniu do tzw. „fetyszyzmu towarowego”, znajdujemy przekonanie, że pragnienie posiadania wiedzie do zaciemniania świadomości politycznej, stawiając człowieka przed fałszywymi wyborami i mistyfikując rzeczywisty wyzysk. Celem ludzkiego życia powinno być bowiem bogactwo bycia, a nie posiadanie bogactw. Podobnie przedstawiciele szkoły frankfurckiej, np. Teodor W. ADORNO i Max HORKHEIMER (1973), ujmowali dobra materialne w kategoriach narzędzi manipulacji masami przez kapitał, ponieważ wartość wymienna rzeczy zawsze dominuje nad użytkową. Dzieje się tak — ich zdaniem — ponieważ kapitalistyczny cykl ekonomiczny, łączący produkcję, sprzedaż i konsumpcję, zawsze będzie przeważał nad rzeczywistymi potrzebami ludzi. Z tego powodu nawet w odniesieniu do dóbr kulturalnych — jak pisze ADORNO (1991: 34): „Konsument realnie czerpienie pieniędzy, które wydał na bilet na koncert Toscaniniego”. Mamy zatem znowu do czynienia z sytuacją, kiedy „mieć” dominuje nad „być”.

Tymczasem człowiek jest w stanie zaspokoić większość swoich potrzeb w sferze pozamaterialnej, wykorzystując jedynie rzeczy jako narzędzie ich zaspokojenia. Przekonują o tym przede wszystkim religie, w tradycji których kształtowała się przez wieki społeczna świadomość oraz sposób myślenia przeciętnego Europejczyka i Amerykanina. Wątek podrzędności posiadania względem bycia przewija się w wielkich systemach religijnych kształtujących mentalność świata zachodniego — zarówno judaizmu, jak i chrześcijaństwa. Zarówno *Stary Testament*, jak i *Nowy Testament* odżegnują się od posiadania jako wartości samej w sobie, nie odmawiając mu jednak znaczenia instrumentalnego w zaspokajaniu ludzkich potrzeb (por. CULLINAN, 1979). Jahwe wyprowadzając Izraelitów z ziemi egipskiej kazał im pozostawić to, co stanowiło materialny wyznacznik ich życia oraz określało pewien poziom względnego komfortu, i iść za ideałem, który miał ich doprowadzić do szczęścia w Ziemi Obiecanej. Nie umiając jednak żyć bez „Złotego Cielca”, przepłacili pragnienie

posiadania materialnego bóstwa zamknięciem drogi do Ziemi Obiecanej dla całego pokolenia, łącznie z Mojżeszem, który umarł, nie postawiwszy na niej stopy (por. FROMM, 1995).

Chrześcijańskie myślenie o posiadaniu rzeczy materialnych sumuje się w licznych zaleceniach odnoszących się do porzucenia ziemskich przywiązań i pójścia za Chrystusem, a także ostrzeżeń, takich jak np. to: „łatwiej wielbładowi przejść przez ucho igielne niż bogatemu wejść do Królestwa Niebieskiego” (Mt 19, 24). Nie budzącą wątpliwości wykładnię stosunku do posiadania daje św. Paweł w liście do Tymoteusza: „Nic bowiem nie przynieśliśmy na ten świat; nic też nie możemy [z niego] wynieść. Mając natomiast żywność i odzienie, i dach nad głową, bądźmy z tego zadowoleni! A ci, którzy chcą się bogacić, wpadają w pokusę i zasadzkę oraz w liczne nierozumne i szkodliwe pożądania. One to pogrążają ludzi w zgubę i zatracenie. Albowiem korzeniem wszelkiego zła jest chciwość pieniędzy” (1Tm 6, 7–10).

Nie chodzi tu jednak o bezwzględne odrzucenie dóbr materialnych. Nawet św. Augustyn z Bone, któremu bliższe jest raczej odwrócenie się od świata niż jego afirmacja, do posiadania dóbr materialnych odnosi się w sposób następujący (cyt. za: CULLINAN, 1979: 17): „Nie mówię: jesteś potępiony, jeśli posiadasz dobra, ale mówię: jesteś potępiony jeśli na nie liczysz, jeśli duma cię rozpiera z ich powodu, jeśli uważasz się za ważnego z ich powodu, jeśli z ich powodu lekceważysz biednych, jeśli zapominasz o swojej zwykłej ludzkiej kondycji, ponieważ masz wiele więcej rzeczy niż inni.”

W chrześcijańskim podejściu do posiadania krzyżują się dwa wątki. Pierwszy to przekonanie, że w samym posiadaniu nie ma nic złego, naganne jest jednakże przywiązanie do dóbr materialnych, nieumiejętność rezygnacji z nich i uznawanie ich za wartość samą w sobie. Drugi wątek sprowadza się do zalecenia, by dobrami dzielić się z potrzebującymi; są one po to, by zaspokajać potrzeby wszystkich ludzi. Taką wykładnię stosunku do dóbr materialnych proponuje zarówno Tomasz z Akwinu, jak i znajdujemy w pismach Soboru Watykańskiego II. JAN PAWEŁ II (1996: 670; 679) w encyklice *Centesimus Annus*, wyjaśniając współczesny katolicki punkt widzenia odnoszący się do „przeznaczenia dóbr”, pisze, co następuje: „Pragnienie, by żyć lepiej, nie jest niczym złym, ale błędem jest styl życia, który wyżej stawia dążenie do tego, by mieć, aniżeli być, i chce więcej mieć nie po to, aby bardziej być, lecz by doznać w życiu jak najwięcej przyjemności.” „Człowiek urzeczywistnia siebie samego poprzez swoją inteligencję i swoją wolność i dokonując tego traktuje jako przedmiot i narzędzie rzeczy tego świata i sobie je przywłaszcza.”

Wątek braku przywiązania do rzeczy materialnych przewija się również w innych religiach, np. w buddyzmie, który uznaje prawo do posiadania i czerpania przyjemności z posiadania, ale pod warunkiem, że w istocie

swojej rzeczy nie są ważne, nie stanowią obiektu przywiązania (por. Ross, 1991).

Rzeczywistość społeczna nie realizuje jednakże zazwyczaj ustaleń filozofów i faktem jest, że posiadanie dóbr materialnych jest nieodłącznym elementem naszego życia. Na nic zdało się zaprzeczanie wartości własności prywatnej w socjalistycznej Polsce. „Mieć”, drzemiące przez lata w ukryciu lub centralnie sterowane przez państwo, wybuchło z wyjątkową siłą w społeczeństwie uwolnionym od dyktatu „jedynie słusznej ideologii”, żywiąc się zachodnioeuropejskim moralnym uprawomocnieniem. W takiej sytuacji nawet biblijne ostrzeżenia nie miały zbyt dużej mocy regulacyjnej w stosunku do zachowań członków społeczeństwa, którzy notabene deklarują silne przywiązanie do wartości chrześcijańskich. We współczesnych społeczeństwach, nurzających się w masowej konsumpcji, ten stary filozoficzny dylemat rozwiązano — jak to podsumował Fromm — stwierdzając, że „mieć znaczy być”. Zapewne więc współczesny Hamlet swoje „ontologiczne” pytanie zadawałby nie nad czaszką „biednego Yorika”, ale nad nowym modelem mercedesa, a brzmiałoby ono: „Mieć, albo nie być?”

### 2.1.2. Rola dóbr materialnych w codziennym życiu

Celem niniejszej pracy nie jest jednakże rozstrzygnięcie etycznych dylematów związanych z posiadaniem dóbr materialnych. Podejmuję w niej natomiast próbę odpowiedzi na pytania o psychologiczne powody gromadzenia dóbr, a także o funkcje, jakie przedmiot materialny spełnia w życiu człowieka. Ważność samego posiadania rzeczy materialnych w życiu człowieka staje się ewidentna, jeśli spojrzymy na następujące fakty:

Po pierwsze, ludzie proszeni o opis samych siebie, umieszczają rzeczy, które do nich należą, w bliskim sąsiedztwie swoich charakterystyk fizycznych i psychologicznych, czyli ważne dla nich są nie tylko np. budowa ciała, zdolności muzyczne lub asertywność, ale także bycie posiadaczem określonych dóbr materialnych (por. JAMES, [1892] 2002; BELK, 1988b; 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992; DITTMAR, 1992; CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; REYKOWSKI, 1977). Poprzez rzeczy materialne ludzie przesuwają w czasie i przestrzeni swoje indywidualne bytowanie. Prezenty, którymi obdarowywane są osoby znajdujące się w oddaleniu od darczyńcy, wnoszą część jego samego w oddległą przestrzeń (por. BELK, 1988b; 1991; MCCracken, 1986). Dobra materialne pozostawione spadkobiercom zachowują istnienie osoby zmarłej poza fizyczną trwałość ludzkiego ciała (HIRSCHMAN, 1990; UNRUH, 1983; BELK, 1988b).

Po drugie, ludzie oceniają samych siebie oraz innych na podstawie tego, co posiadają i jakie bogactwo zdołali zgromadzić. Dokonując obserwacji stanu



posiadania, wnioskują nie tylko o miejscu posiadacza określonych dóbr w społecznej hierarchii, ale również o wewnętrznych właściwościach, takich jak poziom zdolności, motywacja czy kompetencja interpersonalna (por. BELK, 1988b; BURROUGHS, DREWS, HALLMAN, 1991; DITTMAR, 1992; GÓRNIK-DUROSE, 1999).

Po trzecie, ludzie doświadczają smutku, frustracji i poważnego stresu w sytuacji utraty swojej własności lub konieczności pozostawienia jej czy oddania przy zmianie miejsca zamieszkania. Przeżycia te przez niektórych porównywane są do utraty bliskiej osoby lub części własnego ciała (por. BELK, 1988b; DITTMAR, 1992; VAN DEN BOGAARD, WIEGMAN, 1991; DAWSON, BAMOSSY, 1991; MEHTA, BELK, 1991).

Dobra materialne są związane z jednostką w co najmniej dwojaki sposób, a naruszenie tych więzów wywołuje istotne skutki psychologiczne. Pierwszy ze sposobów powiązania osoby z przedmiotem materialnym odzwierciedla czasowy aspekt jej funkcjonowania — przedmioty trwają lub zmieniają się w wymiarze: przeszłość — teraźniejszość — przyszłość, wyrażając zmiany psychologicznej sytuacji swojego właściciela. Drugi sposób odnosi się do wymiaru Ja — Inni, na którym rzeczy wydają się istotnym elementem definicyjnym samego siebie i innych osób zaangażowanych w interakcje z podmiotem (CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1992; SCHULTZ KLEINE, KLEINE III, ALLEN, 1995).

Ludzie, zapytani o to, po co im przedmioty, którymi na co dzień się otaczają, najczęściej odpowiadają, że służą im one do wykonywania podstawowych, codziennych czynności — pisania, przemieszczania się z miejsca na miejsce, mycia się, ochrony przed zimnem, jedzenia, porozumiewania się z innymi ludźmi. Są to przedmioty użytkowe, które umożliwiają i usprawniają wykonywanie różnych czynności, pozwalają na realizowanie własnej aktywności w jej podstawowych formach, czyli są narzędziami (instrumentami), wspierającymi ludzi w wykonywaniu zadań i zaspokajaniu potrzeb.

Nie jest to jednakże jedyna rola, jaką przedmioty materialne odgrywają. Na pewno wśród przedmiotów, jakie ludzie posiadają, znajdują się również takie, które zdają się nie mieć żadnej praktycznej funkcji. Przedmioty dekoracyjne — obrazy, cenne bibeloty, albo drobiazgi bez żadnej obiektywnej wartości materialnej, jak niezbyt udane zdjęcia z wakacji albo stare szkolne zeszyty, praktycznie nie służą niczemu konkretnemu. Pośród nich są jednakże przedmioty, których ludzie nie chcieliby się pozbyć za żadną cenę i nad których niefortunną stratą bardzo boleją. Tego rodzaju rzecz materialna staje się czymś więcej niż zwykłym przedmiotem — jest nośnikiem znaczeń całkowicie niematerialnych. Obrazy mogą bowiem wyrażać np. stosunek posiadacza do autora, który był mu kiedyś bliski, albo jego preferencje estetyczne i artystyczne. Jeśli natomiast dana osoba traktuje dzieła sztuki jak lokatę kapitału, posiadana kolekcja może ją umiejscawiać w społecznym kontekście grupy,

która dba o materialny status i wykorzystuje sztukę dla podkreślenia oraz zabezpieczenia tego statusu.

Inne przedmioty zdają się mieć szczególnie silny związek z obrazem samego siebie, z własnym Ja. Zapewne bez trudu każdy może przywołać sytuację, kiedy to po otrzymaniu prezentu popatrzył na dany przedmiot i pomyślał: „Jak on / ona mogła mi coś takiego podarować — to zupełnie do mnie nie pasuje”. Albo na odwrót — są przedmioty, które celnie określają, wprost definiują, daną osobę. Przykładowo, stereotypowy wizerunek lekarza — któremu notabene dość często przedstawiciele tej profesji się podporządkowują — określa jego kitel i stetoskop niedbale przerzucony przez szyję lub wystający z kieszeni. Członkowie pewnych grup subkulturowych, np. punków czy skinheadów, poprzez ubiór i gadzety podkreślają, kim są. Posiadane przez nich przedmioty stają się społecznym komunikatem o przynależności do takiej czy innej grupy, ale równocześnie są częścią ich samych, określają ich jednostkową tożsamość. Niektóre przedmioty stają się świadkami indywidualnej historii jednostki. Dokumentują etapy jej życia, osiągnięcia i porażki. Niejednokrotnie obiektywnie nie posiadają one żadnej wartości, subiektywnie natomiast ich wartość jest ogromna.

Poczyniony przegląd powodów, dla których ludzie gromadzą rzeczy materialne, wiąże się niewątpliwie z tradycyjnym sposobem widzenia roli przedmiotów w życiu człowieka, wynikającym z umiejscowienia ich w procesie konsumpcji, której istotą jest zużywanie zasobów dla zaspokojenia potrzeb (por. SZCZEPAŃSKI, 1981; KRAMER, 1997). Potrzeba jest w tym przypadku kategorią centralną, a charakter potrzeb branych pod uwagę praktycznie nieograniczony. Potrzeby niejako „naturalne” w swojej istocie, czyli te, które związane są nie tylko z biologicznym, ale również psychologicznym i społecznym funkcjonowaniem człowieka, zaspokajane być muszą przez odpowiednie obiekty materialne — co do tego nie ma wątpliwości, zarówno z ekonomicznego, jak i psychologicznego punktu widzenia. Ekonomiczne analizy konsumpcji podążają w tym względzie za psychologicznymi klasyfikacjami potrzeb i wskazują, że dobra konsumpcyjne są niezbędne do ich zaspokojenia.

Problem zaczyna się wtedy, kiedy forma zaspokajania potrzeb dominuje nad ich treścią, czyli kiedy np. ochrona przed chłodem bądź akceptacja społeczna wymaga odzienia z metką aktualnie modnego i bardzo drogiego projektanta. Mamy wtedy do czynienia z potrzebami otoczkowymi albo potrzebami pozornymi, jak je określił Jan SZCZEPAŃSKI (1981), stwierdzając równocześnie, że wzrost potrzeb otoczkowych jest nieograniczony, jednakże stanowi zagrożenie dla rozwoju zarówno jednostek, jak i społeczeństw<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Pisał on o tym problemie w sposób następujący: „Wysuwając postulat maksymalnego zaspokajania potrzeb jako najwyższego celu gospodarki socjalistycznej, z konieczności trzeba postawić pytanie o zależność między wzrostem potrzeb a rozwojem jednostki i społeczeństwa.

Tymczasem w postmodernistycznym „teatrze konsumpcji” do głosu dochodzą przede wszystkim potrzeby otoczkowe. Koncentracja na rzeczywistych potrzebach nie jest w stanie „sprzedać” nadmiaru i różnorodności dóbr. W warunkach ekonomicznych, właściwych dla społeczeństw świata zachodniego, rzeczywiste potrzeby egzystencjalne większości ludzi, które mogą być zaspokojone poprzez dobra materialne, są zaspokajane stosunkowo łatwo i szybko. Pozostają specyficzne pragnienia konsumpcyjne, mające swe źródło w społecznym procesie kreowania znaków i symboli. Wydaje się, że w tym kontekście na plan pierwszy wysuwa się potrzeba bycia szczęśliwym. Jak pisze Jean BAUDRILLARD ([1970] 1998: 49): „Szczęście, wypisane złotymi zgłoskami w tle najmizerniejszej reklamy soli do kąpieli lub wakacji na Wyspach Kanaryjskich, jest absolutnym punktem odniesienia dla społeczeństwa konsumpcyjnego: jest to bezpośredni ekwiwalent zbawienia.” Realizacja takiego ideału sprowadza się do wejścia w posiadanie jak największej liczby jak najnowszych rzeczy, które obiecują przyjemność i satysfakcję (BAUDRILLARD, [1970] 1998; FEATHERSTONE, 1990; JAWŁOWSKA, 2001), w małym stopniu zaś wiążą się z bezpośrednią użytecznością w sensie zaspokajania potrzeb egzystencjalnych.

Te specyficzne pragnienia konsumpcyjne zwracają uwagę na problem granicy pomiędzy rzeczami niezbędnymi do zaspokojenia potrzeb na odpowiednim poziomie a luksusem. Granice pomiędzy koniecznością a luksusem są ruchome. Przesuwają się wraz ze wzrostem zamożności i procesem „obrastania w rzeczy”. Jeśli jakaś rzecz raz wejdzie w obszar aktywności życiowej jednostki lub rodziny, to — nawet jeżeli początkowo uważana była za luksus — bardzo szybko staje się koniecznością, a pojęcie luksusu podlega modyfikacji. Dzieje się tak nie tylko na skutek zmian w sytuacji życiowej, ale również z powodu zmian w percepcji oraz przyzwyczajenia do osiągniętego stanu rzeczy (LUNT, LIVINGSTONE, 1992). Przykładem może tu być powierzchnia mieszkalna zajmowana przez jakąś osobę. Młodemu samotnemu człowiekowi często wystarcza jeden pokój, wyposażony w podstawowe sprzęty. Powiększająca się rodzina wymaga większej przestrzeni, zarówno dla siebie, jak i rzeczy wrastających w jej życie. Jednakże moment, kiedy dzieci opuszczają „gniazdo”, nie jest jednoznaczny z powrotem do ograniczonej przestrzeni jednego pokoju. Komfort związany z przestrzenią mieszkalną i wyposażeniem gospodarstwa domo-

---

Nie ulega wątpliwości, że deprywacja potrzeb rzeczywistych prowadzi do regresji jednostek i do upadku całego społeczeństwa, że wywołuje wiele zjawisk negatywnych, [...]. Ale zaspokojenie potrzeb otoczkowych nie zawsze jest czynnikiem rozwoju jednostek, może także być czynnikiem degeneracji biologicznej i psychicznej, może prowadzić do rozkładu systemów gospodarczych i społecznych. Natomiast nieograniczony wzrost potrzeb pozornych jest zawsze przejawem dekadencji i prowadzi do regresji i jednostek, i społeczeństw” (SZCZEPAŃSKI, 1981: 150).

Rozwiązaniem miała być „konsumpcja optymalna”, sterowana przez odpowiednią politykę społeczną państwa; koncepcja ta jednakże została zweryfikowana przez rzeczywistość jako całkowicie utopijna.

wego w określone sprzęty spostrzegany jest wtedy jednoznacznie jako konieczność, a nie jako luksus. Podobnie rzecz się ma np. z samochodem wyposażonym w klimatyzację. Klimatyzacja w samochodzie początkowo spostrzegana jako luksus przez posiadacza modelu z podstawowym wyposażeniem, przestaje nim być, gdy osoba ta staje się użytkownikiem modelu lepiej wyposażonego. Luksus zamienia się w konieczność.

Nie ulega zatem wątpliwości, że posiadanie dóbr materialnych i ich konsumpcja skierowane są na zaspokojenie potrzeb. W warunkach kultury konsumpcji perspektywa potrzeb i ich roli motywacyjnej wydaje się jednak nie wystarczająca do odpowiedzi na pytanie, do czego są nam naprawdę potrzebne dobra materialne. Analiza tych potrzeb prowadzi bowiem do wyliczania wciąż nowych ich kategorii i tworzenia coraz dłuższych klasyfikacji, przy pełnej świadomości faktu, że wiele z tych potrzeb można zaspokoić bez udziału dóbr materialnych. Perspektywa potrzeb skupia uwagę na podmiocie i mechanizmach regulujących jego zachowanie. W takim ujęciu rozmywa się problem dóbr materialnych, które są jedynie jednym z warunków ich zaspokojenia, choć wydaje się, że w społeczeństwach konsumpcyjnych warunkiem podstawowym. Alternatywną perspektywę stanowi umiejscowienie przedmiotu materialnego na pierwszym planie i skupienie się na jego potencjale zaspokajania potrzeb. Takie podejście — choć pozornie mniej „psychologiczne” — zwraca uwagę przede wszystkim na wieloaspektową funkcjonalność przedmiotu. Funkcjonalność rzeczy — w istocie ograniczona, w przeciwieństwie do potrzeb — z natury swej nieograniczonych pozwala wyjaśnić bardziej precyzyjnie sens posiadania i gromadzenia rzeczy.

### **2.1.3. Funkcje dóbr materialnych — próba klasyfikacji**

Przedmioty materialne pełnią dwie podstawowe funkcje — instrumentalną i symboliczną (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1992; ETZIONI, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992; MCCracken, 1990; PRENTICE, 1987; TRASLER, 1982). Z pierwszą z nich — funkcją instrumentalną — mamy do czynienia, gdy rzeczy materialne traktowane są jako narzędzia (instrumenty) oddziaływania i kontrolowania zewnętrznego świata. Ich zadaniem jest umożliwienie lub usprawnienie działania i dostarczanie funkcjonalnej satysfakcji na poziomie wyznaczonym przez kulturowy standard. Standard ten wymaga takiego zaawansowania technologicznego przedmiotu, które zapewni użytkownikowi oczekiwany poziom komfortu (KILBOURNE, 1991). Najbardziej ewidentną funkcją instrumentalną jest użytkowa funkcja przedmiotu, utożsamiająca rzecz z narzędziem niezbędnym w realizowaniu jakichś celów, np. ostry nóż albo robot kuchenny szatkujący warzywa na sałatkę do obiadu. Funkcja instrumentalna może przejawiać się również w tym, że przedmiot

zostaje użyty jako środek do nawiązania kontaktów interpersonalnych (np. telefon), może być narzędziem wywoływania pozytywnych emocji lub stanowić zabezpieczenie finansowe (np. obraz uznany za cenny na rynku sztuki). Takie podejście do funkcji dóbr materialnych zgadza się zasadniczo z ekonomicznym rozumieniem użyteczności dóbr. Ludzie chcą posiadać takie dobra, które zapewniają im maksymalizację użyteczności, czyli sumy satysfakcji czerpanej z ich konsumpcji. W kategoriach semiotycznych z kolei funkcja instrumentalna to funkcja prymarna (Eco, 1996), która odzwierciedla istotę przedmiotu jako znaku użytkowego i komercyjnego (NÖTH, 1988/2001).

W ekonomicznym podejściu do funkcjonalności dóbr materialnych podkreśla się racjonalność konsumentów dokonujących wyborów dóbr, zaspokajających ich potrzeby, nawet jeśli ta racjonalność uwzględniać musi — obok własnych dochodów i ceny dóbr — takie determinanty decyzji konsumenckich, jak gusta i preferencje (por. JABŁOŃSKA, 1999; KRAMER, 1997). Nawet ekonomiści przyznać muszą, że czasem konsumenci w swoich wyborach zachowują się nieracjonalnie<sup>2</sup>. Przykładem takiego nieracjonalnego z ekonomicznego punktu widzenia zachowania może być zachowanie konsumentów opisywane przez tzw. paradoks Veblena, kiedy to wzrost ceny pewnych dóbr powoduje wzrost popytu na nie. Odnosi się to do dóbr luksusowych, których posiadanie staje się wyrazem pozycji i statusu społecznego właściciela. Wydaje się, że już sam paradoks Veblena podważa zasadność tezy o racjonalności — nawet ograniczonej — konsumenta. Russell W. BELK (1991) jednoznacznie określa przekonanie o tej racjonalności jako mit (por. LEWIS, WEBLEY, FURNHAM, 1995; TYSZKA, FALKOWSKI, 2001). Zakwestionowanie racjonalności ludzi w relacjach z dobrami materialnymi kieruje uwagę na drugi aspekt funkcjonalności rzeczy materialnych, którym jest aspekt symboliczny, wyrażający się w funkcjach sekundarnych przedmiotów (Eco, 1996), kiedy to przedmiot staje się znakiem w sensie społeczno-kulturowym (NÖTH, 1988/2001).

W funkcji symbolicznej przedmiot nabiera znaczenia dopiero w społecznym kontekście i przekazuje to znaczenie jako symbol w relacjach z innymi ludźmi. Rzeczy i dobra materialne mogą stanowić symbol jednostki lub kultury, pod jednym wszakże warunkiem — znaczenie tego symbolu musi być rozumiane przez innych; tak jak słowa mogą stać się środkiem komunikacji tylko wtedy, kiedy dany język rozumiany jest przez obu uczestników procesu porozumiewania się. Symboliczny język przedmiotów opiera się zatem na społecznych ustaleniach odnośnie do tego, jaki komunikat zawarty jest w danej rzeczy. Przedmiot w funkcji symbolicznej może zatem być komunikatem o statusie społecz-

---

<sup>2</sup> A może jest to racjonalność szczególna, biorąc pod uwagę sugestię RACHLINA (1980), że każde konsystentne zachowanie ma na celu maksymalizowanie jakiejś korzyści; albo racjonalność ograniczona w sensie zaproponowanym przez Herberta Simona (por. AUGIER, 2001).

nym posiadacza i lokować go tym samym w określonym miejscu w obrębie pewnej grupy społecznej, może być formą ekspresji własnego Ja, może być wreszcie przypomnieniem i symbolem przeszłych zdarzeń oraz relacji z innymi ludźmi. Przedmiot w funkcji symbolicznej staje się przedmiotem „magicznym”, co podkreśla bardzo wyraźnie BELK (1991: 17): „Żeby zrozumieć, co znaczy to, co posiadamy, konieczne jest rozpoznanie, odtworzenie i przywrócenie tej magii. Nasze stroje, biżuteria i perfumy są częściej magiczne niż niemagiczne. Jeździmy magicznymi samochodami. Mieszkamy w magicznych miejscach i pielgrzymujemy do miejsc jeszcze bardziej magicznych. Jemy magiczne potrawy, mamy magiczne zwierzęta i opakowujemy siebie w magię filmu, telewizji i książek.” Jeśli nawet przyznamy, że cytowany wywód Belka jest „poetycko” przesadzony, to i tak pozostaje faktem, że nadanie przedmiotom funkcji symbolicznej wyposaża je w pewną moc ingerencji w życie człowieka, której przedmioty w funkcji instrumentalnej posiadać nie mogą. Funkcja symboliczna wprowadza przedmiot w sferę komunikacji społecznej, powodując, że nie jest on jedynie obiektem konsumpcji, „pożeraną wartością”, ale staje się narzędziem kreowania nowych wartości i znaczeń w toku społecznych interakcji.

Funkcje przedmiotów materialnych, zarówno instrumentalna, jak i symboliczna, nie są jednorodne i kryją w sobie szereg zróżnicowanych podfunkcji. Uzasadnione zatem wydaje się mówienie raczej o funkcjach — niż pojedynczej funkcji — instrumentalnych i symbolicznych. I tak, w zakres funkcji instrumentalnych wchodzi pięć kategorii:

- Funkcja utylitarna — wiąże się z bezpośrednią użytecznością przedmiotów, umożliwiających realizację pożądaną codziennej aktywności posiadacza oraz zaspokojenie najważniejszych i najbardziej elementarnych potrzeb. Taką funkcję pełnią np. talerz, nóż i widelec, ale także komputer z odpowiednim oprogramowaniem (CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1992; KAMPTNER, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992; PRENTICE, 1987; BELK, 1991; FURNHAM, ARGYLE, 1998; RICHINS, 1994).
- Funkcja hedonistyczna — łączy się z pozytywnymi emocjami i odczuciami wywoływanymi przez posiadanie danej rzeczy, takimi jak np. duma ze zdobycia „białego kruka” do swojej kolekcji albo odczucia estetyczne w związku z posiadaniem wyjątkowej urody mebla lub z samą przyjemnością objęcia czegoś w wyłączne władanie — przedmiot jest tu narzędziem wywoływania tych pozytywnych stanów psychicznych (DITTMAR, 1992; KAMPTNER, 1991; RICHINS, 1994).
- Funkcja interpersonalna — odnosi się do stosowania przedmiotów jako narzędzi w nawiązywaniu i utrzymywaniu kontaktów społecznych oraz sprawowaniu kontroli nad ich przebiegiem. Tutaj przykładem może być telefon albo zestaw gier komputerowych posiadanych przez jedno dziecko, a będący obiektem marzeń innych, co staje się pretekstem do zawiązania przyjaźni (por. RICHINS, 1994).

- Funkcja ekonomiczna (zabezpieczająca) — mieści się w niej używanie różnych przedmiotów w celu zapewnienia sobie bezpieczeństwa finansowego w przyszłości oraz możliwości nieskrępowanego korzystania z dóbr spełniających inne funkcje. Taką rolę odgrywać może konto w banku lub kolekcja dzieł sztuki albo — jak to bywało w czasach ekonomii niedoborów — któryś z rzędu dywan, telewizor czy lodówka trzymana w kącie pokoju z nadzieją, że będzie ją można zamienić na coś innego. Funkcja ta odnosi się wyraźnie do przedmiotu jako znaku komercyjnego. (NÖTH, 1988/2001; HILL, STAMEY, 1990; DITTMAR, 1992; RICHINS, 1994).
- Funkcja eksploracyjna (poznawcza) — przedmiot pomaga w poznawaniu świata, staje się instrumentem w eksploracji otoczenia zewnętrznego. Funkcję tę zawsze spełniały książki, do których współcześnie dołączył komputer z internetem.

Przedmioty materialne w funkcjach symbolicznych przestają być narzędziem *sensu stricto*, uwalniają się od konkretnych denotacji i przechodząc w sferę znaczeń abstrakcyjnych i konotacji coraz wyższego szczebla, stają się specyficzną formą społecznego komunikatu. W tym sensie przedmiot „mówi” o pewnych właściwościach swojego posiadacza. Na funkcje symboliczne składają się:

- Funkcja ekspresyjna (por. BELK, 1988a; 1988b; 1991; CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1992; KAMPTNER, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992; MCCracken, 1990; PRENTICE, 1987; TRASLER, 1982; FURNHAM, ARGYLE, 1998; RICHINS, 1994). W obrębie tej funkcji przedmiot może być:
  - (a) narzędziem ekspresji Ja — symbolem własnej osobowości (poprzez np. niepowtarzalną biżuterię lub oryginalny sposób urządzenia mieszkania);
  - (b) wyrazicielem własnej tożsamości społecznej (np. noszony w widocznym miejscu symbol religijny lub ubranie sygnalizujące rolę społeczną — płęć, profesję);
  - (c) przedłużeniem Ja, wyjściem poza własne ciało i osobowość oraz uzupełnieniem ich swoistą „protezą”, kompensacją rzeczywistych czy spostrzeganych braków lub niepewności w nowej i niejasnej roli społecznej (WICKLUND, GOLLWITZER, 1982; BRAUN, WICKLUND, 1989).
- Funkcja sentymentalna (retrospektywna) — obejmuje dokumentowanie osobistej historii, stanowi szczególnie wyraz kontynuacji Ja, symbolizuje przeszłe i istniejące związki interpersonalne danej osoby. Taką rolę odgrywają np. stare zdjęcia lub dyplomy i odznaczenia (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1992; HILL, STAMEY, 1990; KAMPTNER, 1991; RICHINS, 1994).
- Funkcja społeczna (prestżowa) — przedmioty stają się symbolami miejsca jednostki w społecznej strukturze, jej statusu i prestiżu, rodzaju i ważności kontaktów społecznych, pozycji materialnej, zamożności i władzy. Tę funkcję spełniać mogą odpowiednie rezydencje i ich wyposażenie, również samo-

chód określonej klasy i marki lub ubranie z metką wiodących kreatorów mody (BELK, 1998; DITTMAR, 1992; KAMPTNER, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992; MCCrackEN, 1990; PRENTICE, 1987; FURNHAM, ARGYLE, 1998; RICHINS, 1994).

Przedstawiona klasyfikacja funkcji posiadania przedmiotów materialnych pozostawia nieco na uboczu dwa oczywiste fakty. Po pierwsze, każda jednostka osadzona jest mocno w pewnym kontekście społecznym i kulturowym, który na nią oddziałuje, „podpowiadając” funkcje używanych przez nią przedmiotów (por. MCCrackEN, 1986; ECO, 1996). Po drugie, jednostki poprzez posługiwanie się takimi, a nie innymi przedmiotami w ich funkcji instrumentalnej bądź symbolicznej oddziałują na ten społeczno-kulturowy kontekst. Trudno rozpatrywać problemy jednostki związane z posiadaniem dóbr materialnych i dysponowaniem nimi w oderwaniu od całego tła, tworzonego przez system norm i wartości oraz wzorców zachowania danej kultury, i faktu, że przedmioty, którymi posługują się ludzie, nie tylko wynikają z kultury, w jakiej oni żyją, ale również ją kształtują (por. rozdział 1.3.3). Problem kulturowych odniesień posiadania dóbr materialnych wymaga raczej analizy z perspektywy antropologicznej i socjologicznej niż *stricte* psychologicznej, ale podejmując wysiłek rzetelnej klasyfikacji funkcji posiadania, nie sposób pominąć trzeciej — pozapersonalnej — kategorii funkcji dóbr materialnych, jaką jest funkcja kulturowa. W zakres funkcji kulturowej przedmiotów materialnych wchodzi: definiowanie, stabilizowanie oraz zmiana i dynamizowanie kultury (DOUGLAS, ISHERWOOD, [1979] 1996).

Nie tocząc dalej rozważań socjologicznych nad kulturą, można stwierdzić, że przedmioty, jakimi ludzie posługują się, w dramatyczny sposób zmieniają szereg aspektów ich codziennego życia. Takimi przedmiotami mogą być: środki lokomocji — zwiększające zasięg kontaktów człowieka z jego otoczeniem, telefon — oddziałujący na charakter komunikacji, telewizor i internet — zdaniem niektórych — uśmiercające życie rodzinne, ale w rewolucyjny sposób zmieniające dostępność informacji w globalnej skali, lodówka — wpływająca na sposób żywienia, komputer i cała technika biurowa, która zapewne niedługo wyeliminuje tradycyjną organizację pracy, opierającą się na wzorcu kilku osób zgrupowanych w jednym miejscu w określonych godzinach. Mówiąc o funkcjonalnej satysfakcji, jaką dostarczyć mają posiadane przedmioty materialne, na poziomie wyznaczonym przez kulturowy standard, odnosimy się właśnie do faktu zmieniającego się z czasem wzorca zachowań określonych przez możliwości, jakie oferuje rozwój technologiczny. Ten zmieniający się standard powoduje, że bezsensowne jest porównywanie poziomu życia współczesnego Europejczyka z jego średniowiecznym przodkiem albo z wzorcami i poziomem życia amazońskich plemion. Dynamika zmian technologicznych we współczesnym świecie, pociągając za sobą zmiany we wzorcach zachowań i systemach normatywnych różnych kultur, wymusza dostosowanie się. Przy-



kładem może być wtargnięcie komputera do biznesu, nauki, diagnostyki medycznej itp., które nie pozostawia wyboru — chcąc utrzymać się w głównym nurcie określonych profesji, trzeba uczyć się posługiwania techniką komputerową i nadążać za nieustannymi zmianami w tym zakresie.

#### 2.1.4. Rola dóbr materialnych w procesach wymiany społecznej

Codziennosc, w jaką zaangażowani są ludzie, składa się z szeregu nieustannie podejmowanych i finalizowanych transakcji interpersonalnych w ramach złożonych procesów wymiany społecznej. W transakcjach tych wymianie podlegają zasoby o zróżnicowanej naturze. Edna B. Foa i Uriel G. Foa (1980) klasyfikują je w obrębie sześciu kategorii rozciągniętych w przestrzeni wyznaczonej przez dwie dymensje — uniwersalizmu i partykularyzmu oraz symboliczności i konkretności. Zasoby mieszczą się w następujących kategoriach:

- pieniądze pod różnymi postaciami jako abstrakcyjny nośnik wartości ekonomicznej;
- dobra materialne;
- informacje, czyli wszystko to, co określa i modyfikuje w jakimkolwiek sensie stan wiedzy oraz sposób rozumienia świata przez jednostkę;
- usługi przyczyniające się do poprawy fizycznego lub psychologicznego stanu partnera w interakcjach bądź polepszenia kondycji rzeczy, które do niego należą;
- status, czyli pozycja w obrębie grupy społecznej, ważność i prestiż przynależny tej pozycji;
- miłość, czyli pozytywny stosunek emocjonalny, akceptacja, życzliwość, w końcu uczucie, którym partnerzy interakcji mogą się obdarzać.

Pieniądze i miłość lokowane są przez autorów klasyfikacji na przeciwległych krańcach wymiaru: uniwersalizm — partykularyzm, natomiast mniej więcej pośrodku wymiaru: symboliczność — konkretność. Bardziej od nich konkretne są dobra materialne i usługi, natomiast mniej — informacje i status. Z kolei dobra materialne i informacje uznaje się za zdecydowanie mniej partykularne — czyli bardziej uniwersalne — niż usługi i status.

Zgodnie z podstawową zasadą wymiany zasobów satysfakcjonujący partnerów proces wymiany powinien uwzględniać zasoby z tej samej kategorii lub przynajmniej z kategorii znajdujących się blisko siebie w przestrzeni wyznaczonej przez te dymensje. Odnosi się to zwłaszcza do zasobów wysoce partykularnych. W przypadku zasobów uniwersalnych wymiana w obrębie tej samej kategorii nie jest wymagana. Znaczy to, że ludzi satysfakcjonuje „wymiana” miłości na miłość ze ściśle określonym partnerem, nie zaś na pieniądze — z kimkolwiek. Ludzie są skłonni natomiast wymieniać zasoby o wartości wyłącznie ekonomicznej z kimkolwiek, przemieszczając się w ramach zróżni-

cowanych kategorii, np. relacja kupna — sprzedaży samochodu lub informacji nie napotyka na szczególne ograniczenia.

Przedstawiona koncepcja zasobów wymienianych w relacjach interpersonalnych lokuje dobra materialne stosunkowo jednoznacznie w relacji do innych zasobów — jako zasoby konkretne i stosunkowo mało partykularne. Jednakże wobec wielofunkcyjności dóbr materialnych takie ich ułożenie budzi wątpliwości. Umiejscowienie dóbr w procesach wymiany społecznej jest dużo bardziej skomplikowane niż może się z pozoru wydawać.

W ramach kultury konsumpcji dobra materialne nie są po prostu rzeczami o wyłącznie utylitarnej wartości, których się używa po to, by zaspokoić podstawowe potrzeby. Już sama instrumentalność przedmiotów oraz ich funkcje prymarne są wielorakie i złożone, a przecież nakładają się na nie symboliczne funkcje sekundarne, wprowadzające przedmioty w obszar złożonych konotacji społecznych. Kupując określone dobra, nie kupuje się wyłącznie ich utylitarności, mierzonej funkcjonalnym komfortem, ale również ich aspekt informacyjny, mówiący o tym, kim jest posiadacz, prestiżowy, określający jakie miejsce zajmuje on w społecznej hierarchii, a nawet relacyjny, odnoszący się do tego, jaki rodzaj kontaktów społecznych i poziom społecznej akceptacji osiąga. Pozbywanie się dóbr, np. oddawanie lub sprzedawanie ich innym, również nie jest prostą sprawą, ponieważ symboliczność rzeczy powoduje, że wraz z przedmiotem jego posiadacz pozbywa się często części własnej tożsamości, poczucia własnej wartości, emocjonalnego komfortu i bezpieczeństwa. Sprzedawanie rodzinnego domu nie jest tylko transakcją, w której za materialny obiekt chce się uzyskać jak najlepszą cenę. Jest to w istocie zamiana na pieniądze własnego dzieciństwa, wspomnień o znaczących ludziach i zdarzeniach oraz elementów własnej tożsamości. W takim układzie obiekt materialny z pozoru wysoce uniwersalny i bardzo konkretny staje się obiektem zdecydowanie symbolicznym i wysoce partykularnym, nie nadającym się do oddania za pieniądze pierwszemu kupującemu, który płaci wyższą cenę. Mamy tu do czynienia z potencjalnym konfliktem w relacji wymiany, ponieważ kupujący zainteresowany jest właściwie tylko tym uniwersalnym, konkretnym obiektem materialnym, za który chce zapłacić jak najmniej, po to, by zmaksymalizować własną korzyść. Innym przykładem są przedmioty o wartości sentymentalnej, które choć nie mają obiektywnie ekonomicznej wartości, dla posiadacza są bezcenne. Nie stanowią „dobra materialnego” w sensie przedstawionej klasyfikacji zasobów. Oddanie ich w inne ręce byłoby prawdopodobnie wyrazem bardzo silnego zaangażowania uczuciowego, czyli lokowałoby obiekt — pozornie materialny — w obrębie kategorii „miłość”.

Przedmiot materialny jako nośnik wielu różnych znaczeń w procesach wymiany społecznej zdecydowanie doceniany był przez antropologów kulturowych, którzy analizując nawiązywanie, podtrzymywanie i zrywanie określonych kontaktów społecznych, wyraźnie podkreślali rolę przedmiotów anga-

zowanych w te relacje. To, co, kiedy i między którymi członkami społeczności albo różnymi społecznościami było wymieniane, obwarowywały stosunkowo precyzyjnie określone reguły (por. np. SAHLINS, 1992). Ich nieprzestrzeganie lub częściowe nawet naruszenie prowadziło do pogorszenia stosunków lub do ich zerwania. Można te reguły przyrównać do protokołu dyplomatycznego, który ściśle określa znaczenie i zakres wymiany prezentów. Odstępstwa od protokołu grożą posądzeniem o lekceważenie — z jednej strony, albo o korupcję — z drugiej.

Kryteria prawidłowości procesu wymiany społecznej określają teorie słuszności w różnych odmianach (ADAMS, 1965; HOMANS, 1974; WALSTER, WALSTER, 1975). Podstawowa formuła tych teorii mówi, że aby wymiana mogła zostać uznana za słuszną wobec indywidualnej tendencji do maksymalizowania własnych korzyści, relacje pomiędzy wkładami i wynikami — czyli zasobami podlegającymi wymianie — dla wszystkich uczestników interakcji powinny być zrównoważone (WALSTER, WALSTER, 1975; WALSTER, WALSTER, BERSCHIED, 1978). Dobra materialne pojawić się mogą i po jednej, i po drugiej stronie danej relacji wymiany, czyli zarówno w roli wkładów, jak i wyników. Biorąc jednakże pod uwagę wielofunkcyjność dóbr i tym samym różne znaczenia, jakie osoba posiadająca je albo aspirująca do ich posiadania im nadaje, ustalenie satysfakcjonującej równowagi pomiędzy nimi wydaje się dość skomplikowane. Czym bowiem zrównoważyć przysłowiowy „wdowi grosz”? Jaki rodzaj zasobów i w jakim zakresie należałoby zaangażować w taką wymianę, aby była ona „słuszna”?

Rzeczy materialne zaangażowane w wymianę społeczną są często symbolami wkładów i wyników całkowicie niematerialnych, co w znacznej mierze zmienia relacje między nimi, a niekiedy skłania do kwestionowania ekwiwalentności danej wymiany. Przykładowo, z punktu widzenia „twardych” reguł wymiany płacenie niebotycznych rachunków w restauracjach serwujących tzw. *nouvelle cuisine*, nie jest wymianą ekwiwalentną. Wysokość rachunku zdecydowanie przewyższa wartość minimalnej ilości pożywienia artystycznie ułożonego na talerzu. Dla bywalców tego typu lokali jest to jednak wymiana zdecydowanie słuszna, ponieważ nie płacą oni za napełnienie żołądka, ale raczej za prestiż miejsca, staranność obsługi i doznania „artystyczno-zmysłowe”. Kupują tym samym element własnej tożsamości jako wyrafinowanego konesera z wysoką pozycją społeczną i zasobnym portfelem, co — jak uważają — warte jest dużej sumy pieniędzy. Dla osoby z innymi potrzebami w zakresie obrazu samego siebie oraz odmiennymi oczekiwaniami co do wyznaczników pozycji społecznej i sposobu żywienia taki rodzaj wymiany byłby nieakceptowalny.

W społeczeństwach, w których konsumpcja jest istotnym wyznacznikiem tożsamości jednostkowej i stylu życia, kultura podpowiada zasady ekwiwalentnej wymiany, w którą zaangażowane są dobra materialne, łącznie z suges-

tią, że można je wymieniać już nie tylko na prestiż, jak to miało miejsce w przeszłości, ale również na usługi i miłość, abstrahując od konsekwencji, jakie tego rodzaju wymiany mają dla jednostek (por. ADAMIEC, KULIK, 1993). Nawet w sytuacji postmodernistycznego rozmycia wzorców i standardów zachowań kody umożliwiające przełożenie jednego rodzaju wkładów i wyników na inny są znane oraz akceptowane, przynajmniej w ramach własnej grupy odniesienia.

## **2.2. Dynamika zmian funkcji i znaczenia posiadanych dóbr materialnych**

### **2.2.1. Od „prztyulanki” do materialnego „uczestniczenia w przyszłości” — zmiany znaczenia nadawanego rzeczom materialnym w toku życia**

Zmiany rozwojowe, przez które przechodzi jednostka w ciągu swojego życia, odzwierciedlają się w posiadanych i cenionych przez nią przedmiotach materialnych. Przedmioty, które posiadamy i uznajemy za cenne, wyrażają Ja na różnych szczeblach jego rozwoju. We wczesnych etapach rozwoju rzeczy materialne pomagają w procesie wyodrębniania się autonomicznej indywidualności, natomiast w późniejszym okresie stają się ważnym narzędziem podtrzymywania i „kulturywania” Ja, nawet poza fizyczne trwanie własnego ciała (KAMPTNER, 1991).

Przedmiot materialny odgrywa trudną do przecenienia rolę w rozwoju dziecka. Rozwój umysłowy i społeczny w istotnej mierze jest wspierany przez manipulację na przedmiotach. Rola przedmiotu w życiu małego dziecka jest ważna również z emocjonalnego punktu widzenia. W tym okresie przedmioty materialne, tzw. prztyulanki, mają zapewniać komfort i poczucie bezpieczeństwa, a także pomóc w bezpiecznym wyodrębnieniu się jako samodzielna indywidualność (WINNICOTT, 1993). Posługiwanie się przedmiotem materialnym w najwcześniejszym okresie życia pomaga ponadto w ukształtowaniu poczucia kontroli nad otoczeniem oraz przekonania o własnej skuteczności w osiąganiu pożądanego celów i zaspokajaniu swoich potrzeb (FURBY, 1987).

W toku rozwoju dziecka niektóre przedmioty nie przestają pełnić funkcji moderatora emocji, zwłaszcza w obliczu stresu lub chwilowej samotności. Dziecko nie porzuca swojej „prztyulanki” po wyodrębnieniu się od matki jako autonomiczna indywidualność. Ciągłe jej potrzebuje dla zapewnienia sobie komfortu. Z wiekiem umacnia się również znaczenie przedmiotu jako narzę-

dzia sprawowania kontroli nad otoczeniem. Dla starszych dzieci istotne znaczenie mają zabawki i sprzęt sportowy, a powodem nadawania im ważności jest przyjemność oraz fakt, że umożliwiają one pożądaną aktywność (por. KAMPTNER, 1991; CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981). Ta związana z aktywnością dziecka ważność pewnych przedmiotów dla starszych dzieci odzwierciedla ich potrzebę kompetencji i sprawstwa. Aktywność, którą wspierają przedmioty, zapewnia swoistą informację zwrotną i umożliwia dokonywanie pozytywnych samoocen, odnoszących się do własnej efektywności w realizacji celów i zadań oraz indywidualnej autonomii.

Młodzi ludzie w wieku dojrzewania również cenią sobie przedmioty ze względu na umożliwianie im aktywności, w tym aktywności fizycznej (sprzęt sportowy), realizowanie zdolności (np. instrumenty muzyczne), spędzanie czasu w sposób ich satysfakcjonujący (CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981). W przypadku nastolatków preferencje w zakresie rzeczy materialnych wiążą się również z procesem separacji i indywiduacji oraz pomagają wyklarować granice Ja w relacjach interpersonalnych (KAMPTNER, 1991). W tym okresie posiadanie — obok związków z dostarczającą satysfakcji aktywnością — nabiera egocentrycznego charakteru. Posiadane przedmioty zapewniają ponadto poczucie wolności oraz poczucie samoskuteczności (por. FURBY, 1987) i pomagają w określeniu samego siebie. Wydaje się również, że w dalszym ciągu niektóre z nich mają za zadanie zapewnić komfort i poczucie bezpieczeństwa posiadaczowi.

Takie właśnie prawidłowości zidentyfikowałam w swoich wcześniejszych badaniach na grupach polskich nastolatków (GÓRNIK-DUROSE, 2001a; 2002b). Większość rzeczy uznawanych przez nich za ważne łączyła się z właściwą dla ich wieku aktywnością i miała wyraźny instrumentalny, w tym — hedonistyczny, charakter. Ubranie, sprzęt stereo, komputery, książki, sprzęt sportowy, rowery i pierwsze pojazdy (samochody i motocykle) pomagały wypełniać codzienne zadania, a równocześnie dostarczały przyjemności i rozrywki. Ubrania nie tylko służyły do okrycia się, ale stanowiły również ważny sygnał o charakterze społecznym, podobnie jak sprzęt elektroniczny, sportowy i pojazdy, których posiadaczami młodzi ludzie właśnie się stawali. O ważności tych przedmiotów jako społecznego komunikatu świadczy to, że cenione były określone ich marki — zróżnicowane w zależności od środowiska, z którym dana osoba się identyfikuje. Rzeczy, na które badani najczęściej wydawali swoje pieniądze („kieszonkowe” lub pierwsze zarobione sumy), służyły przede wszystkim budowaniu właściwego obrazu samego siebie, zgodnego z pewnym wzorcem, przyjętym w grupie, którą młodzi ludzie uznali za swoją.

Wraz z wiekiem i stabilizacją życiową osób dorosłych najbardziej cenne stają się przedmioty, które dokumentują ich osiągnięcia, doświadczenia i kontakty z innymi ludźmi. Znaczenie przedmiotu wiąże się silnie ze wzrastającą ważnością związków interpersonalnych — z jednej strony, oraz świadomością

własnej pozycji w układzie relacji społecznych — z drugiej (KAMPTNER, 1991). Z wiekiem osoby dorosłe w swoich preferencjach odnoszą się raczej do przeszłości niż teraźniejszości oraz raczej do innych ludzi niż do własnej osoby. Przedmioty uznawane przez dorosłych za cenne wiążą się przede wszystkim z ich wspomnieniami, związkami z innymi ludźmi, są dowodami kompetencji i kontroli, a ogólnie — służą kultywowaniu i kontynuacji własnego Ja (CSIK-SZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981).

Gdy ludzie się starzeją, zaczynają tracić swoje zwykłe wyznaczniki tożsamości, takie jak np. zawód po przejściu na emeryturę, zawęża się krąg ich kontaktów społecznych, następuje utrata fizycznej sprawności. W takiej sytuacji rośnie znaczenie przedmiotów, które stanowią świadectwo tego, kim dana osoba była w przeszłości i co w życiu osiągnęła. Spojrzenie w przyszłość i tworzenie coraz to innego obrazu samego siebie w świetle nowych celów życiowych zostaje zastąpione spoglądaniem wstecz. Przedmioty materialne nie są po prostu świadkami wspomnień, pomagającymi te wspomnienia utrzymać, często stanowią one formy nadające kształt wspomnieniom w świetle pewnych kulturowych, grupowych i ideologicznych kategorii symbolicznych. Jeśli oddzieli się starszą osobę od jej własności „sentymentalnej”, to następuje erozja jej poczucia tożsamości (DITTMAR, 1992).

Wydaje się jednak, że funkcja przedmiotu nie kończy się na historii i retrospektywie. Dla starszych osób przedmioty pełnią jeszcze dodatkową funkcję. Chodzi tu o przedłużenie siebie, kontynuację Ja w następnych generacjach. „Nie wszystek umrę” — pisał Kochanowski za Horacym, polecając potomnym swoje wiersze. „Nie wszystek umrę” — zdają się mówić ludzie, którzy za życia budują sobie imponujące grobowce i piszą testamenty, obdzielając bliskich własnymi przedmiotami. Jest to pewien sposób przenoszenia swojej tożsamości poza grób, forma „uczestniczenia w przyszłości” (por. UNRUH, 1983), zapewnianie sobie świeckiej nieśmiertelności (HIRSCHMAN, 1990).

N. Laura KAMPTNER (1991) w rozważaniach na temat zmian w zakresie stosunku do posiadanych rzeczy w ciągu życia odwołuje się do Eriksonowskiej koncepcji tożsamości, która — według niej — bardzo dobrze koresponduje ze zmianami w zakresie funkcji i znaczenia posiadanych dóbr. I tak, pierwszy etap rozwoju tożsamości wiąże się z poczuciem bezpieczeństwa i zaufania do otaczającego świata. Temu celowi służyć mają ciepłe i miękkie przyjacielskie misie, kotki i pieski („przytulanki”). Kolejny etap rozwoju tożsamości zakłada zdobywanie panowania nad światem, kształtowanie poczucia kompetencji i niezależności. Temu służą zabawki i przedmioty umożliwiające zabawę, manipulację i dostarczające przyjemności z ich opanowywania. W następnej fazie dominuje zaznaczanie własnej indywidualności i autonomiczności przez dorastających młodych ludzi. Stąd zainteresowanie przedmiotami, które łączą się z ich aktywnością i mają silne związki z własnym niezależnym Ja. Następne fazy już dorosłej tożsamości wiążą się kolejno ze

znajdywaniem pozytywnych intymnych kontaktów z innymi ludźmi, potem ustanawianiem społecznych powiązań z innymi generacjami, by w końcu zaangażować się w retrospektywne spojrzenie na własne życie.

KAMPTNER (1991) również zauważa, że na przestrzeni życia następuje zmiana powodów, dla których określone przedmioty uznawane są za ważne. U starszych dzieci dokonuje się przerwanie emocjonalnej więzi z obiektem materialnym i choć czasem „przysłulanka” pozostaje z nastolatkiem albo nawet dorosłym człowiekiem, to jednak traci pierwotną funkcję moderowania emocji związanych z procesem wyodrębniania się jako autonomicznej jednostki. Emocje te zastępuje raczej nostalgia — „przysłulanka” przypomina „utracony raj dzieciństwa”.

Z wiekiem następuje zmiana polegająca na tym, że fizyczne, dotykalne właściwości przedmiotu, decydujące o jego ważności w dzieciństwie, są stopniowo zastępowane przez właściwości „mentalne” — przedmiot przestaje oddziaływać bezpośrednio sensualnie poprzez swą miękkość, zapach itp., a zaczyna być ważny ze względu na swoją funkcję pośrednika w dostarczaniu przyjemności i modyfikowaniu nastroju. Zapewne wiąże się to ze zmianą w sferze poznawczej, polegającą na przechodzeniu od myślenia „w działaniu”, poprzez konkretne do abstrakcyjnego. Symboliczne znaczenie przedmiotu staje się coraz wyraźniejsze i ważniejsze wraz z rozwojem myślenia abstrakcyjnego. Podobny trend rozwojowy akcentują Mihaly CSIKSZENTMIHALYI i Eugene ROCHBERG-HALTON (1981). Uważają, że z wiekiem następuje zamiana dominujących instrumentalnych funkcji przedmiotów — zwłaszcza związanych z aktywnością jednostki, na funkcje kontemplacyjno-symboliczne.

## **2.2.2. Specyfika kobiecego i męskiego przywiązania do dóbr materialnych**

Przedmioty, które posiadają, uznając za cenne, kobiety i mężczyźni, wiążą się niewątpliwie z takimi aspektami życia człowieka, jak tożsamość płciowa, ideał kobiecości i męskości, oczekiwania związane z rolą społeczną, nierówność płci, także kwestie ideologiczne. Różnice w sposobie socjalizacji dziewcząt i chłopców powodują, że odmiennie spostrzegają oni ważność posiadanych rzeczy materialnych. Wzorce społeczno-kulturowe kształtują takie cechy chłopców, jak: autonomiczność, niezależność, potrzeba osiągnięć, aktywność i samowystarczalność. Natomiast w toku socjalizacji dziewcząt zwraca się uwagę przede wszystkim na ich ekspresyjność, kompetencję interpersonalną, umiejętność skutecznego porozumiewania się i znalezienia bezpiecznego miejsca w sieci zależności społecznych (por. LUNT, LIVINGSTONE, 1992).

Wszyscy badacze zajmujący się zagadnieniem posiadania są zgodni co do tego, że ważność męskiego posiadania ściśle wiąże się z aktywnością podmiotu.

Aktywność ta skierowana jest na zdobywanie nowych doświadczeń, realizowanie zamierzeń, stawianie czoła wyzwaniom — z jednej strony, a z drugiej — relaks, rozrywkę, realizację celów hedonistycznych (CŠIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1991; 1992; KAMPTNER, 1991; LIVINGSTONE, LUNT, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992). Posiadane dobra dla mężczyzn stanowią również symbol i namacalny dowód ich osiągnięć, sukcesów, kompetencji, zdolności do realizacji zamierzonych celów (CŠIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981) i tym samym pełnią funkcję autoekspresyjną (DITTMAR, 1992). Poprzez posiadanie określonych rzeczy mężczyźni akcentują własne Ja (CŠIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981).

W relacjach mężczyzn z rzeczami materialnymi niezmiernie istotna okazuje się także ich instrumentalność (CŠIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1991; 1992; KAMPTNER, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992). Polega ona na fizycznej interaktywności przedmiotu (KAMPTNER, 1991), czyli możliwości ścisłego współdziałania narzędzia z użytkownikiem, co prowadzi nie tylko do pożądanych efektów i osiągnięcia satysfakcji z opanowania przedmiotu, ale dostarcza także bezpośredniej sensualnej przyjemności. Innym aspektem cenionej przez mężczyzn instrumentalności przedmiotu jest „czysta funkcjonalność rzeczy samych w sobie” (LUNT, LIVINGSTONE, 1992: 82), czyli możliwości tkwiące w doskonałym technologicznie przedmiocie, nawet jeśli nie są one przez użytkownika wykorzystane. Mężczyzn po prostu fascynuje techniczna, często ekonomiczna oraz estetyczna strona przedmiotu. Dla mężczyzn przedmioty — zwłaszcza zaawansowane technologicznie, takie jak radio, sprzęt stereo, telewizor, zapewne i komputer z internetem — mogą stanowić substytut kontaktów społecznych (LUNT, LIVINGSTONE, 1992).

Naturę kobiecego posiadania zdaje się natomiast charakteryzować przede wszystkim interpersonalność i emocjonalność (CŠIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1991; 1992; KAMPTNER, 1991). Dla kobiet posiadane przedmioty są symbolami relacji interpersonalnych, trwania i tradycji rodzinnych oraz powiązania z szerszym układem społecznym. Wyrażna jest ich wartość sentymentalno-retrospektywna. Kobiety łatwiej przywiązują się do pewnych przedmiotów, które zapewniają im komfort i bezpieczeństwo, czasem „wyłączenie się” z codziennych problemów i podbudowują pewność siebie. Posiadane przez nie rzeczy mają także wyraźne emocjonalne znaczenie (DITTMAR, 1992). Przedmioty należące do kobiet służą także autoekspresji (DITTMAR, 1992) i budowaniu poczucia własnej tożsamości (LUNT, LIVINGSTONE, 1992), ale chodzi tu bardziej o zaznaczenie swojego miejsca w sieci społecznych relacji, nie zaś o wyrażenie własnej bezwzględnej autonomiczności. Wprawdzie posiadane przez kobiety przedmioty codziennego użytku zapewniają wolność i niezależność swoim posiadaczkom, ale wydaje się, że chodzi tu raczej o „uwolnienie” i „niezależnienie” się od codzienności i czasochłonności domowych prac niż o wolność i niezależność *per se*.



Z „wolnością poprzez posiadanie” wiąże się instrumentalność kobiecego posiadania. Instrumentalna funkcja przedmiotu dla kobiet określa jego użyteczność jako narzędzia okiełznania chaosu, porządkowania świata. Przedmiot nie ma znaczenia „sam w sobie”, nabiera bowiem wartości dopiero wtedy, kiedy przekłada się na ułatwienia w codziennym funkcjonowaniu. Kobiety cenią nowe technologie za to, że oszczędzają ich czas oraz wysiłek i w ten sposób pozostawiają przestrzeń na kontakty interpersonalne (LIVINGSTONE, LUNT, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992).

Istota różnic pomiędzy kobiecym i męskim stosunkiem do posiadania rzeczy materialnych staje się wyraźna, jeśli odniesiemy przytoczone wyniki badań do wymiarów, określających przestrzeń, w jakiej następuje nadawanie znaczenia przedmiotom. Mihaly CSIKSZENTMIHALYI i Eugene ROCHBERG-HALTON (1981) lokują funkcje przedmiotów materialnych na wymiarze: integracja — dyferencjacja oraz kontemplacja — działanie. W wymiarze integracyjnym przedmiot ma za zadanie pomóc jednostce w znalezieniu satysfakcjonującego układu społecznego odniesienia. Przeciwny bieg — dyferencjacja — ma z kolei pomóc w zaznaczeniu siebie jako niezależnej autonomicznej jednostki, zasadniczo odmiennej od innych ludzi. Wymiar: kontemplacja — działanie odnosi się, z jednej strony, do pasywnej, często receptywnej relacji z przedmiotem, a z drugiej — do aktywności na przedmiocie lub poprzez przedmiot. „Kobiecość” wyraźnie zbliża nadawanie znaczenia posiadanym przedmiotom do integracyjnego bieguna, mężczyźni natomiast wyrażają w swoim stosunku do przedmiotów więcej tendencji do różnicowania. Mężczyźni nadają sens swoim relacjom z przedmiotem poprzez aktywność i działanie, kobiety zaś optują w kierunku kontemplacyjnego stosunku do przedmiotów.

Podobnie Helga DITTMAR (1992), wyodrębniając w swojej analizie dwa wymiary: znaczenie symboliczne — znaczenie funkcjonalne oraz aktywną orientację na samego siebie — orientację na innych, stwierdza, że kobiece preferencje lokują się raczej po stronie znaczeń symbolicznych, natomiast męskie — funkcjonalnych. Na drugiej dymensji natomiast kobiety zbliżają się do krańca wyznaczonego przez orientację na innych, mężczyźni zaś — do krańca aktywnej orientacji na samego siebie. Kobiece stosunek do posiadanych przedmiotów ma zatem charakter symboliczny, interpersonalny, relacyjny, natomiast męski stosunek do przedmiotów wyraża się w kategoriach funkcjonalnych, zorientowanych na samego siebie, a przedmioty, które są istotne, wiążą się przede wszystkim z aktywnością posiadacza.

Peter LUNT i Sonia LIVINGSTONE (1992) twierdzą, że istota różnicy w kobiecym i męskim stosunku do rzeczy mieści się w lokowaniu znaczenia przedmiotu albo w samym przedmiocie, albo w życiu posiadacza. Mężczyźni cenią przedmiot za cechy, jakie w sobie zawiera — nawet poza bezpośrednią użytecznością dla nich samych. Natomiast kobiety dostrzegają wartość rzeczy materialnej dopiero, jeśli ma ona bezpośrednie odniesienie do ich życia, tzn.

albo ułatwia im wypełnianie codziennych zadań lub dostarcza hedonistycznej satysfakcji, albo stanowi świadectwo przeszłych zdarzeń i relacji z innymi.

### 2.2.3. Status społeczno-ekonomiczny a preferencje względem dóbr materialnych

Sytuacja ekonomiczna, w jakiej znajdują się ludzie, rzutuje w bardzo istotny sposób na to, jak spostrzegają oni to, co posiadają. Skrajnym przykładem wpływu sytuacji ekonomicznej na stosunek do posiadania jest zachowanie względem dóbr materialnych osób bezdomnych, czyli takich, które nie posiadają — jak się wydaje — niczego.

Problem bezdomnych i ich stosunku do rzeczy materialnych podjęli w swoich etnograficznych badaniach na amerykańskim gruncie Ronald P. HILL i Mark STAMEY (1990). Stwierdzili, że bezdomni prezentowali skrajnie utylitarny stosunek do przedmiotów. Zdobywali rzeczy poprzez *scavenging*, czyli wyszukiwanie i wykorzystywanie odpadów, rzeczy wyrzucanych przez innych, albo kupowali je za pieniądze otrzymane za zbierane przez siebie surowce wtórne, np. butelki, metal. W nielicznych przypadkach badani bezdomni posiadali pewne drobne przedmioty o wartości sentymentalnej, które stanowiły pomost pomiędzy ich aktualną sytuacją a przeszłością. Stan posiadania — ograniczony do egzystencjalnych podstaw — stawał się dla nich źródłem poczucia własnej wartości i chronił godność osobistą. Szczególnie odnosiło się to do schronienia — specyficznego „dachu nad głową” w postaci np. solidnego kartonowego pudła, zdobytego własnym wysiłkiem i mozolnie odtwarzanego po kolejnych życiowych katastrofach, takich jak zniszczenie schronienia przez innych, katastrofy pogodowe albo usunięcie z zajmowanego *locum* przez policję. Korzystanie ze schronisk pomocy społecznej traktowane było jako całkowita degradacja.

Z kolei dla angielskich bezrobotnych z południa Wielkiej Brytanii, badanych przez Helgę DITTMAR (1992), największe znaczenie miały przedmioty codziennego użytku w funkcji utylitarnej i emocjonalnej. Ich wartość sprowadzała się do bezpośredniej wartości ekonomicznej — wymiennej. Bezrobotni koncentrowali się na funkcjonalności rzeczy, ich praktyczności i zdolności przedmiotów do rozładowywania napięć emocjonalnych. Przedmioty o wartości sentymentalnej, traktowane jako znaczące, ponieważ symbolizowały relacje z innymi ludźmi, były spostrzegane przez nich jako ważne ze względu na ich wartość ekonomiczną.

W trakcie tych samych badań biznesmeni z londyńskiego *City*, pytani o cenione przez siebie przedmioty, częściej wymieniali przedmioty typu 200-letni zegar po dziadku lub zabytkowa kanapa, nie zaś przedmioty codziennego użytku. Biznesmeni zazwyczaj odwoływali się do „historycznej” funkcji

posiadanych przedmiotów — częściej niż do ich funkcji użytecznej i ekonomicznej. Znacząco częściej przywoływali też unikatowość i wartości estetyczne posiadanych rzeczy.

W obydwu grupach badanych — biznesmenów i bezrobotnych — przedmioty o wartości sentymentalnej były opisywane jako znaczące ze względu na symbolizowanie relacji z innymi ludźmi. Biznesmeni spostrzegali je również jako unikalne i piękne, natomiast bezrobotni widzieli przede wszystkim ich wartość materialną. Ogólnie rzecz ujmując, biznesmeni — w przeciwieństwie do bezrobotnych — cenili w przedmiotach ich właściwości pozamaterialne, np. estetyczne, oraz ich zdolność wyrażania jednostkowej historii życia. Byli skoncentrowani bardziej na symbolicznym niż instrumentalnym aspekcie posiadania.

Wydaje się zatem, że wraz ze wzrostem możliwości finansowych i wspinaniem się w górę społecznej drabiny następuje przechodzenie od nadawania posiadanym przedmiotom wartości wyłącznie instrumentalnych — w sensie bezpośredniej wartości użytkowej, znaczenia dla moderowania emocji oraz traktowania ich jako rzeczy o określonej wartości materialnej, które można wymienić na inne, bardziej potrzebne — do dostrzegania w nich wartości symbolicznych. Po zaspokojeniu podstawowych potrzeb przedmiot zaczyna pełnić funkcje ekspresyjne i prestiżowe, ważne staje się jego immanentne piękno, niekiedy poza bezpośrednią użytecznością.

Takie przesunięcie przypisywanych funkcji posiadanym przedmiotom koresponduje również z rozumieniem przez ludzi pojęcia rzeczy niezbędnej i rzeczy luksusowej (por. LUNT, LIVINGSTONE, 1992). W dużym uproszczeniu można przyjąć, że ludzie na niższych stopniach społecznej hierarchii, tzn. bezdomni i bezrobotni, ponieważ nie posiadają środków umożliwiających nabycie rzeczy luksusowych, muszą zadowalać się tym, co niezbędne. Rzeczy niezbędne to te, które spełniają funkcję użyteczną albo wpływają pozytywnie na emocje. Gdy dana rzecz nabiera symbolicznego znaczenia, wówczas staje się luksusem.

Fakt, że ludzie z grup społecznych o niskich albo żadnych dochodach cenią przede wszystkim bezpośrednio użyteczne dobra, które zapewniają im tylko minimum psychologicznych korzyści, natomiast osoby z grup dobrze materialnie sytuowanych przesuwają swoje preferencje w sferę symbolicznych funkcji przedmiotów, stanowi potwierdzenie prawidłowości obserwowanej już od dawna przez ekonomistów. Chodzi tu o prawo Engla, które mówi, że wraz ze wzrostem dochodów maleje ważność konsumpcji dóbr podstawowych (np. żywności), a pojawiający się „fundusz swobodnej decyzji” przeznaczany jest na dobra zaspokajające potrzeby wyższego rzędu (por. KRAMER, 1997).

## 2.3. Funkcje i znaczenie dóbr posiadanych przez Polaków w dobie transformacji ekonomicznej i społecznej — badania własne

### 2.3.1. Założenia i metodologia badań własnych

Próbie prześledzenia funkcji i znaczenia przedmiotów materialnych w toku życia podejmowano kilkakrotnie na gruncie amerykańskiej i brytyjskiej psychologii posiadania. Pierwszym projektem badawczym mającym ambicje całościowego ujęcia zmian w perspektywie *life-span* był antropologiczny w swej istocie projekt Mihalya Csikszentmihalyi'a i Eugene Rochberg-Halton z 1981 roku. Autorzy, na podstawie wywiadów przeprowadzonych z 315 osobami z 82 rodzin z klasy średniej Chicago starali się odpowiedzieć na pytanie o znaczenie nadawane cenionym przez kobiety i mężczyzn z trzech generacji (dzieci, rodzice, dziadkowie) przedmiotom materialnym. Badania te stanowiły bezpośrednią inspirację dla systematycznych badań N. Laury KAMPTNER (1989; 1991), przeprowadzonych na 600 osobach z Południowej Kalifornii, mających na celu obserwację trendów odnoszących się do cenionych dóbr materialnych ujawniających się w różnych grupach wiekowych, szukanie ciągłości i braku ciągłości tychże trendów oraz odniesienie ich do aktualnych teorii rozwoju psychospołecznego i teorii rozwoju Ja.

Badania przeprowadzone na Brytyjczykach przez Petera Lunta i Sonię Livingstone (LIVINGSTONE, LUNT, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992) miały na celu pokazanie szerszego spectrum różnic pomiędzy pokoleniami w zakresie zachowań ekonomicznych, w tym nadawania znaczenia określonym dobrom. Autorzy zastosowali w tych badaniach efektywną drogę wyodrębniania generacji nie poprzez wiek badanych osób, lecz poprzez określanie ich miejsca w cyklu życiowym. W ten sposób powstało pięć następujących grup porównawczych: osoby samotne (młodzi ludzie — do 35. roku życia, finansowo niezależni), pary (do 40. roku życia, małżeństwa lub wolne związki bez dzieci), rodziny (pary z dziećmi zależnymi od nich), „puste gniazda” (zwykle pary, których dzieci opuściły dom, aktywne zawodowo) oraz seniorzy — emeryci.

Z kolei badania Helgi DITTMAR (1991; 1992) — przeprowadzone również na angielskiej próbie — koncentrowały się raczej na różnicach w pozycji społecznej i płci badanych (160 biznesmenów pracujących w *City of London*, studentów z Uniwersytetu Sussex i bezrobotnych z Brighton). Badania te rzucały pewne światło na różnice w rozumieniu funkcji i znaczenia dóbr materialnych wyznaczane przez miejsce w cyklu życiowym ich posiadacza.

Uzyskane w powyższych badaniach wyniki i próby ujęcia w teoretyczne ramy prawidłowości odnoszących się do cenionych dóbr materialnych osadzone były w zachodnioeuropejskim i amerykańskim kontekście kulturowym, którego trzonem jest rozwinięta gospodarka kapitalistyczna. Wydaje się, że odmienność doświadczeń historycznych i ekonomicznych ludzi z obszaru Europy Środkowej i Wschodniej nie pozwala na bezpośrednie przenoszenie tych ustaleń na ich zachowania w nowych dla nich warunkach wolnego rynku i społeczeństwa konsumpcyjnego. Podjęty przez Szczepańskiego i jego zespół w latach siedemdziesiątych socjologiczny wysiłek opisu polskiego społeczeństwa „konsumpcyjnego” nie tylko odnosił się do zupełnie odmiennej niż rynkowa sytuacji ekonomicznej, ale także opierał na obowiązujących wtedy założeniach ideologicznych. Rozważania prowadzone były np. w kontekście takich problemów, jak to, czy gospodarka socjalistyczna powinna zaspokajać konsumentskie potrzeby otoczkowe, albo jak kierować procesem wzrostu potrzeb, aby nie przekroczył on możliwości tejże gospodarki (SZCZEPAŃSKI, 1981; red., 1977).

Nieprzystawalność socjologicznych rozważań nad „społeczeństwem konsumpcyjnym” epoki Gierkowskiej do obecnej sytuacji społeczno-ekonomicznej w Polsce oraz wątpliwości co do zasadności przenoszenia wniosków z badań zachodnich na grunt polski stanowiły bezpośredni powód podjęcia przeze mnie badań o charakterze eksploracyjnym. Badania te miały na celu zebranie danych na temat dóbr materialnych mających istotne znaczenie dla ludzi żyjących w polskiej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej. Dane zbierane były w latach 1998–2000 na terenie województwa śląskiego.

Zmiennymi, których wpływ na wybór cenionych przedmiotów i ich funkcji kontrolowano, były zmienne demograficzne, odnoszące się do przynależności osób badanych do określonej „niszy” społecznej, wyznaczonej przez płeć, miejsce w cyklu życiowym i status społeczny związany z poziomem wykształcenia oraz poziomem dochodów.

Badania przeprowadzono w dwóch fazach. Faza wstępna miała na celu zidentyfikowanie dóbr materialnych, których posiadanie było z różnych względów ważne dla ludzi. Badania objęły 400 osób. Ich wyniki posłużyły do przygotowania drugiego etapu badań, w którym skoncentrowano się na poszukiwaniu różnic w zakresie preferencji odnoszących się do dóbr materialnych w specyficznych podgrupach wyodrębnionych ze względu na płeć i miejsce w cyklu życiowym; kontrolowano również poziom wykształcenia i dochodów.

W pierwszej fazie do badania funkcji posiadanych przedmiotów zastosowano Kwestionariusz „Do czego są nam potrzebne dobra materialne?” Kwestionariusz został przedstawiony osobom badanym w formie tabeli, w której polach opisano 8 podstawowych funkcji posiadanych dóbr. Były to w kolejności: funkcja użytkowa, hedonistyczna, prestiżowa, ekspresyjna, ekonomiczna (zabezpieczająca), sentymentalna, interpersonalna oraz eksploracyjna (poz-

nawcza). Zadaniem osoby badanej było wpisanie w wolne pola tabeli nazw przedmiotów, które — po pierwsze — osoba badana uznawała za ważne w swoim życiu, po drugie — pełniły opisaną funkcję. Ten sam przedmiot mógł znaleźć się w kilku polach tabeli, jeśli dla danej osoby był on ważny z kilku różnych powodów. Gdy osoba badana nie potrafiła umiejscowić jakiegoś przedmiotu w obrębie zaproponowanego schematu, wówczas proszona była o wpisanie go do kategorii „inne” oraz o wyjaśnienie własnymi słowami, dlaczego dany przedmiot jest dla niej ważny. Dla każdej osoby na podstawie wypełnionego kwestionariusza obliczono ogólną liczbę wymienianych przedmiotów (bez powtórzeń) oraz liczbę i rodzaj przedmiotów umieszczanych w poszczególnych kategoriach określonych przez funkcje posiadanych dóbr.

W drugiej fazie badań posłużono się zmodyfikowanym kwestionariuszem, który zawierał gotową listą przedmiotów ważnych, skonstruowaną na podstawie wyników uzyskanych w fazie pierwszej. Wszystkie przedmioty wymieniane wtedy przez badanych zostały poklasyfikowane przez dziesięcioosobową grupę sędziów kompetentnych. W rezultacie wyłoniono 35 klas przedmiotów, mieszczących się w kategoriach dóbr trwałych, użytkowych i nietrwałych — zgodnie z klasyfikacją stosowaną przez Ericha KIRCHLERA (1988) przy analizie zachowań konsumenckich. Klasy te przedstawiono osobom badanym w drugiej fazie badań. Mieli oni dokonać wyboru z podanej listy przedmiotów dla siebie ważnych oraz — podobnie jak w fazie pierwszej — określić, jaką funkcję dany przedmiot pełni. Kategorie funkcji były identyczne z zastosowanymi w badaniach wstępnych.

Osoby badane podawały dane na temat swojego wieku, płci, wykształcenia oraz określały na skali od 1 do 9 zasoby finansowe (poziom dochód), z jakich korzystały i jakimi mogły współdysponować. Zaznaczały także na podanej liście kategorię określającą ich miejsce w cyklu życiowym. Kategorie określające fazy cyklu życiowego zostały zapożyczone od LUNTA i LIVINGSTONE (1992) i obejmowały: osoby samotne, niezależne — określone mianem „wolnych strzelców”, następnie bezdzietne pary, rodziny (czyli pary z dziećmi), pary ciągle aktywnych zawodowo osób, których dzieci się usamodzielniały — faza określana mianem „pustego gniazda”, w końcu seniorzy — emeryci.

W drugiej fazie badań wzięło udział 100 osób dobranych celowo ze względu na płeć i miejsce w cyklu życiowym. W próbie znalazło się 50 kobiet i 50 mężczyzn. Wiek osób badanych mieścił się w granicach od 18 do 84 lat i różnił się w istotny sposób w obrębie podgrup wyznaczonych przez miejsce w cyklu życiowym. Średnia wieku wynosiła 39,88 lat, odchylenie standardowe — 17,64. Porównanie wieku badanych w poszczególnych podgrupach wyznaczonych przez miejsce w cyklu życiowym wykazało istotne zróżnicowanie ( $\chi^2 = 86,67$ ;  $df = 4$ ;  $p < 0,0001$  w Teście Kruskala—Wallisa). Jedynie

osoby samotne i pary praktycznie mieściły się w tym samym przedziale wiekowym (por. tabela 2.1.).

Tabela 2.1

**Porównanie wieku osób badanych  
lokujących się w różnych fazach cyklu życiowego**

Faza w cyklu życiowym	N	Średnia wieku	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
„Wolni strzelcy”	20	21,85	2,75	18	31
Pary	20	24,00	2,69	21	31
Rodziny	20	39,20	9,92	25	54
„Puste gniazda”	20	47,50	4,25	38	56
Seniorzy	20	66,85	7,44	58	84
Ogółem	100	39,88	17,63	18	84

### 2.3.2. Analiza funkcji i znaczenia przypisywanego posiadanym dobrom — wyniki badania

**Miejsce w cyklu życiowym a rodzaj i funkcje dóbr cenionych przez Polaków.** Wyniki przeprowadzonych przeze mnie badań pozwoliły na zidentyfikowanie prawidłowości odnoszących się do nadawania znaczenia posiadanym dobrom przez osoby znajdujące się w różnych stadiach cyklu życiowego na tle polskiej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej. Szczegółowe zestawienie częstotliwości wyborów kategorii przedmiotów spostrzeganych jako istotne w zależności od miejsca w cyklu życiowym wraz z wynikami analizy statystycznej różnic pomiędzy proporcjami zawiera tabela 1. w załączniku I.

Najmłodsze grupy badanych (osoby w wieku od 18 do 31 lat), czyli „wolni strzelcy” i bezdzietne pary, bardzo podobnie spostrzegali ważność posiadanych przez siebie przedmiotów. Istotne dla nich były dobra trwałe — szczególnie dom lub mieszkanie, oraz gotówka. Również wyposażenie domu i mieszkania miało znaczenie, choć w przypadku „wolnych strzelców” wyraźnie rzadziej wymieniano sprzęt AGD w porównaniu z pozostałymi grupami, w których jego znaczenie stopniowo rosło, osiągając szczyt w przypadku „pustych gniazd” (45% osób wskazywało na sprzęt AGD w grupie „wolnych strzelców”, podczas gdy wśród osób z „pustych gniazd” było ich dwa razy więcej). W cenionych przedmiotach odzwierciedlała się także aktywność najmłodszych grup — najczęściej właśnie w wypowiedziach tych osób pojawiał się komputer i oprogramowanie (po 75% osób z obu najmłodszych grup w porównaniu z prawie połową z tej liczby w rodzinach i „pustych gniazdach”). Duże znaczenie

miały książki — największe dla „wolnych strzelców” (85% osób), również samochód i telefon, choć akurat ważność nadawana tym przedmiotom nie odróżniała najmłodszych grup od reszty badanych. Młodzi ludzie poświęcali dużo uwagi swojemu wyglądowi zewnętrznemu — ubrania i kosmetyki były wyraźnie cenione.

Dla osób z rodzinnego etapu cyklu życiowego (w wieku od 25 do 54 lat) charakterystyczna była utrata zainteresowania kosmetykami, osobistymi drobiazgami typu notatki, dokumenty, zdjęcia. Paradoksalnie w tej grupie było najmniej wypowiedzi odnoszących się do ważności domu i mieszkania (75% osób w porównaniu z 90% i 85% w grupach młodszych oraz 100% wśród osób z „pustych gniazd” i emerytów). Charakterystyczne było także to, że członkowie rodzin zaznaczali stosunkowo najmniej ważnych dla siebie przedmiotów.

Osoby z „pustych gniazd” (w wieku od 38 do 56 lat), choć wiekiem częściowo zachodzące na poprzednią grupę, różniły się od niej swoimi preferencjami w zakresie przedmiotów ważnych. Zdecydowanie mocną pozycję zdobyły w tej grupie dobra trwałe (w sumie wskazano na nie 50 razy, w porównaniu z 40 razami w grupie par i emerytów, 41 — w rodzinach, 45 — w grupie „wolnych strzelców”). Zdecydowanie najczęściej w porównaniu z innymi osoby z „pustych gniazd” wymieniały sprzęt AGD (90% osób). Powróciła ważność kosmetyków i przyborów toaletowych (70% osób w porównaniu z 35% w rodzinach). Wzrosła również relatywnie liczba osób ceniących przedmioty umożliwiające im sprawne wykonywanie pracy zawodowej (50% osób), co zbliżyło je do „wolnych strzelców” (45% osób), a oddaliło od rodzin (30% osób) i oczywiście emerytów.

Seniorzy (osoby w wieku od 58 do 84 lat) różnili się od pozostałych uczestników badania — nie posługiwali się komputerem (tylko 20% osób), mało istotny był dla nich własny środek lokomocji (40% osób), płyty i kasety audio-wideo (40% osób), relatywnie nisko cenią zasoby finansowe w różnych formach (60% osób w porównaniu z 90%—95% w pozostałych grupach), natomiast niepomrotnie wzrosła rola przedmiotów wspomagających nadwężone zmysły i narząd ruchu (90% osób).

Miejsce w cyklu życiowym zróżnicowało również spostrzeganie funkcji posiadanych przedmiotów. Wprawdzie wszyscy badani mieli tendencje do lokowania cenionych przez siebie przedmiotów w funkcjach instrumentalnych, szczególnie w funkcji utylitarnej i interpersonalnej, jednakże nawet w tym względzie zaznaczyły się różnice pomiędzy grupami (dla przedmiotów w funkcji utylitarnej:  $\chi^2 = 9,69$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,046$ ; w funkcji interpersonalnej:  $\chi^2 = 11,02$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,026$  w Teście Kruskala—Wallisa). Średnie wskaźniki częstotliwości lokowania przedmiotów w poszczególnych funkcjach przez „wolnych strzelców”, pary, rodziny, osoby z „pustych gniazd” i emerytów przedstawia wykres 2.1.



Porównanie funkcji przypisywanych dobrom materialnym  
w zależności od miejsca w cyklu życiowym



W odniesieniu do funkcji instrumentalnych skrajne stanowiska zajęli „wolni strzelcy” i osoby z „pustych gniazd”. Pierwsza grupa umieszczała najmniej cenionych przez siebie rzeczy w funkcji utylitarnej, druga — zdecydowanie najwięcej. Ważność tej funkcji rosła z wiekiem badanych, ale wyraźnie obniżała się wśród seniorów. W przypadku funkcji interpersonalnej sytuacja była odmienna — więcej przedmiotów w tej funkcji umieszczały osoby młodsze, a najwięcej osoby pozostające w związkach rodzinnych. W dwóch najstarszych grupach ważność tej funkcji wyraźnie się zmniejszała.

Inne interesujące tendencje uwidoczniły się w przypadku funkcji ekspresyjnej — wyraźnie ważniejszej w najmłodszych grupach niż w grupach osób starszych, oraz sentymentalnej, która była wyraźnie ważniejsza dla seniorów, natomiast stosunkowo najmniej ważna dla rodzin. Osoby w rodzinnej fazie cyklu życiowego stosunkowo małą wagę przywiązywały do dóbr w funkcji hedonistycznej. Te ostatnie tendencje są jednakże statystycznie nieistotne.

Analiza funkcji przypisywanych poszczególnym przedmiotom przez osoby zajmujące różne miejsca w cyklu życiowym pokazała następujące prawidłowości: Rozkład częstości odnoszący się do sprzętu AGD świadczył o tym, że żadna z badanych grup nie wyszła poza utylitarą funkcję pralek, lodówek i mikserów; najwięcej wybierających je osób wywodziło się z „pustych gniazd”, najmniej natomiast spośród „wolnych strzelców” ( $\chi^2 = 9,53$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,049$ ). Podobny rozkład częstości pojawił się w kontekście przedmiotów związanych z pracą zawodową, lokowanych w funkcji utylitarnej, a najistotniejszych dla osób z „pustych gniazd” i grup najmłodszych ( $\chi^2 = 13,27$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,01$ ) oraz przedmiotów wspomagających niezbyt sprawnie funk-

cjonujące zmysły w starszym wieku — szczególnie w przypadku „pustych gniazd” i emerytów ( $\chi^2 = 23,11$ ;  $df = 4$ ;  $p < 0,0001$ ).

Komputerowi przypisywano najczęściej funkcję utylitarną. W tej funkcji najważniejszy był dla osób najmłodszych („wolni strzelcy” i pary), prawie o połowę rzadziej wymieniali go rodziny i osoby z „pustych gniazd”, bardzo rzadko — emeryci ( $\chi^2 = 21,01$ ;  $df = 4$ ;  $p < 0,0001$ ). Komputer jako rzecz zdecydowanie wielofunkcyjna pojawił się również w funkcji hedonistycznej ( $\chi^2 = 15,91$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,003$ ), interpersonalnej ( $\chi^2 = 14,55$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,006$ ) i poznawczej ( $\chi^2 = 11,06$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,026$ ), przede wszystkim w grupie „wolnych strzelców” i w parach.

Książkom osoby młode („wolni strzelcy” i pary) oraz osoby z „pustych gniazd” częściej niż przedstawiciele innych grup przypisywały funkcję utylitarną ( $\chi^2 = 9,48$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,05$ ). Podobna sytuacja odnosiła się do książek w funkcji poznawczej, z pominięciem jednakże młodych ludzi w parach ( $\chi^2 = 9,21$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,056$  — na granicy istotności).

Badani z dwóch najmłodszych grup spostrzegali takie nośniki kultury i informacji, jak płyty, kasety audio i wideo częściej niż inni w ich funkcji ekspresyjnej ( $\chi^2 = 21,79$ ;  $df = 4$ ;  $p < 0,0001$ ), podczas gdy pozostali badani lokowali je przede wszystkim w funkcji hedonistycznej. Najmłodszy badani oraz osoby z „pustych gniazd” przykładali częściej niż inni sentymentalne znaczenie do swoich osobistych notatek, dzienników, pamiętników itp. ( $\chi^2 = 11,12$ ;  $df = 4$ ;  $p = 0,025$ ), tymczasem emeryci widzieli te rzeczy raczej w funkcji hedonistycznej.

**Płeć a rodzaj i funkcje dóbr cenionych przez Polaków.** Wyniki przeprowadzonych przeze mnie badań ujawniły także pewne różnice w zakresie rodzaju oraz funkcji cenionych dóbr pomiędzy kobietami i mężczyznami, funkcjonującymi w polskich warunkach społeczno-ekonomicznych. W zakresie dóbr trwałych wybory kobiet i mężczyzn w zasadzie nie różniły się od siebie. Dom lub mieszkanie i inne nieruchomości oraz pieniądze w równym stopniu były ważne dla obydwu płci. Podobnie brak różnic uwidocznił się w odniesieniu do nośników kultury i informacji, czyli książek, czasopism, płyt i kaset.

Różnice pojawiły się już w przypadku wyposażenia domu lub mieszkania. Kobiety znacząco częściej wskazywały sprzęt AGD jako ważny (78% kobiet w porównaniu z 54% mężczyzn), natomiast mężczyźni sprzęt audio-wideo (84% mężczyzn w porównaniu z 72% kobiet). Kobiety częściej zwracały uwagę na ważność rzeczy decydujących o estetyce i atmosferze domu. Relatywnie więcej kobiet niż mężczyzn uznało za ważne takie rzeczy, jak „dzieła sztuki” (40% kobiet w porównaniu z 24% mężczyzn), drobne kolekcje i bibeloty (odpowiednio — 34% i 20%), choć różnice te nie były statystycznie istotne. Natomiast telefon i komputer były cenione w równym stopniu przez kobiety i przez mężczyzn. Środki lokomocji — zwłaszcza samochód — pozostawały

w sferze zainteresowań przede wszystkim mężczyzn. Wskazuje na nie 82% mężczyzn i 56% kobiet.

Kobiety bardziej niż mężczyźni ceniły przedmioty osobiste codziennego użytku, przyczyniające się do poprawy własnego wizerunku. Wprawdzie różnice w częstotliwości wyborów ubrań i butów jako rzeczy ważnych okazały się minimalne i nieistotne, ale już w odniesieniu do biżuterii i kosmetyków sytuacja była zgoła inna — 56% kobiet wymieniało biżuterię jako ważną i tylko 8% mężczyzn, co jest w pełni zrozumiałe, choć równocześnie większy procent mężczyzn niż kobiet wskazywał na zegarek jako rzecz istotną w życiu i obiekt przywiązania (70% w porównaniu z 58% wśród kobiet). Ważność kosmetyków podkreślało 74% kobiet i tylko 46% mężczyzn.

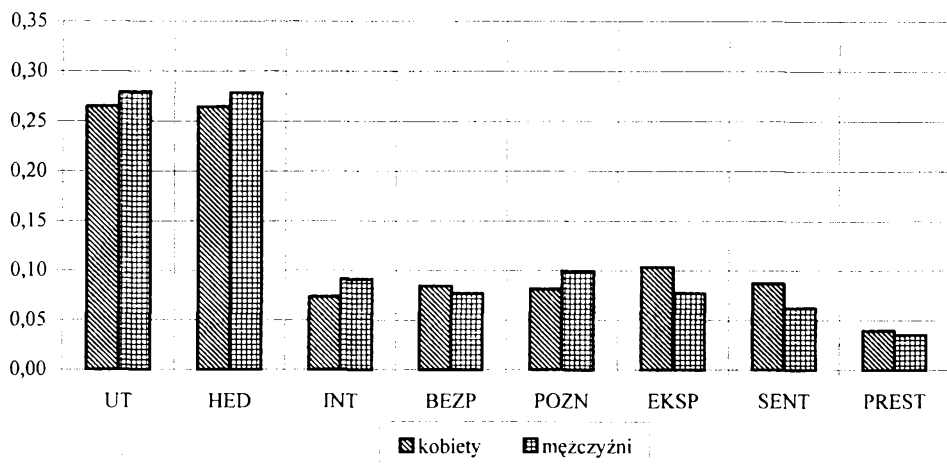
Kobiety miały również częściej niż mężczyźni tendencję do przywiązania się do prezentów otrzymywanych od osób znaczących (52% kobiet i 32% mężczyzn) oraz maskotek (22% kobiet i 8% mężczyzn).

Zestawienie częstotliwości wyborów przedmiotów ważnych przez kobiety i mężczyzn wraz z zaznaczeniem różnic istotnych statystycznie prezentuje tabela 2. w załączniku I.

Różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami odnoszące się do funkcji posiadanych przez nich dóbr materialnych przedstawia wykres 2.2.

Wykres 2.2

Porównanie funkcji przypisywanych dobrom materialnym  
przez kobiety i mężczyzn



Kobiety znacząco częściej uznawały, że przedmioty, jakie posiadają, mają dla nich wartość ekspresyjną ( $t = -2,38$ ;  $p = 0,019$ ) i sentymentalną ( $t = -1,96$ ;  $p = 0,053$ ). Mężczyźni natomiast nieznacznie częściej lokowali posiadane przez siebie przedmioty w funkcji utylitarnej, hedonistycznej, interpersonalnej i poznawczej, czyli generalnie w funkcjach instrumentalnych.

Analiza funkcji przypisywanych poszczególnym przedmiotom i zasobom materialnym uwidoczniła pewne różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami. Sprzęt AGD, lokowany w 89,19% wypowiedzi w funkcji utylitarnej, był istotnie częściej wymieniany przez kobiety niż przez mężczyzn ( $\chi^2 = 6,41$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,011$ ), co wynikało bezpośrednio z faktu, iż sprzęt ten jest „monofunkcyjny” i generalnie częściej wybierany jako ważny przez kobiety. Kobiety miały tendencję do częstszego wskazywania jako cennych rzeczy upiększających ich bezpośrednie otoczenie, tzn. „dzieł sztuki” czy gromadzonych drobnych przedmiotów. Dla kobiet przedmioty te znacząco częściej niż dla mężczyzn pełniły funkcję hedonistyczną ( $\chi^2 = 4,57$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,032$  — w przypadku dzieł sztuki;  $\chi^2 = 5,26$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,022$  — w przypadku drobnych kolekcji) oraz sentymentalną ( $\chi^2 = 5,32$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,021$  — dla drobnych kolekcji i bibelotów).

Kobiecie przywiązanie do zgromadzonej korespondencji i prezentów otrzymywanych od osób znaczących również wynikało z przyczyn przede wszystkim sentymentalnych ( $\chi^2 = 3,73$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,053$  — w przypadku korespondencji,  $\chi^2 = 8,57$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,003$  — w przypadku prezentów). Podobne funkcje pełniła dla kobiet biżuteria — zarówno sentymentalną ( $\chi^2 = 7,52$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,019$ ), jak i hedonistyczną ( $\chi^2 = 18,881$ ;  $df = 1$ ;  $p < 0,0001$ ) oraz ekspresyjną ( $\chi^2 = 15,94$ ;  $df = 1$ ;  $p < 0,0001$ ). W hedonistycznej i ekspresyjnej funkcji kobiety znacząco częściej niż mężczyźni lokowały również kosmetyki i przybory toaletowe (odpowiednio:  $\chi^2 = 11,94$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,001$  oraz  $\chi^2 = 5,74$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,017$ ). Dla tych ostatnich znaczenie kosmetyków zamykało się przede wszystkim w funkcji utylitarnej, czasami jedynie hedonistycznej. Wydaje się zatem, że dla kobiet kosmetyki były nie tylko ważniejsze, ale zdecydowanie bardziej wielofunkcyjne — nie zapominając o ich podstawowej użyteczności, kobiety dostrzegały ich wartość jako narzędzia ekspresji Ja oraz bezsprzeczną przyjemność wiążącą się z posiadaniem i stosowaniem kremów czy pachnidła, obiecujących przemianę z Kopciuszka w Księżniczkę.

Generalnie rzecz ujmując, w przypadku kobiet ujawniła się wiązka funkcji zwykle towarzyszących sobie. Były to funkcje hedonistyczna, sentymentalna i ekspresyjna. Wiazka ta pojawiała się w odniesieniu do przedmiotów podnoszących estetyczne walory otoczenia, w jakim dana osoba przebywa (wyposażenie domu lub mieszkania w piękne — przynajmniej zdaniem posiadaczki — przedmioty), oraz przyczyniających się do zwiększenia atrakcyjności samej posiadaczki poprzez dobry makijaż i odpowiednią biżuterię.

Chociaż w odniesieniu do częstotliwości wyborów nośników kultury i informacji, czyli książek, płyt, kaset itp., nie stwierdzono różnic pomiędzy kobietami i mężczyznami, to jednak okazało się, że inaczej spostrzegają oni funkcję tych rzeczy. Kobiety znacząco częściej niż mężczyźni widziały książki jako narzędzie wywoływania pozytywnych odczuć, a ich posiadanie wiązały

z przyjemnością ( $\chi^2 = 5$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,025$ ). Ponadto zarówno książkom, jak i płytom oraz kasetom audio i wideo kobiety przypisywały częściej niż mężczyźni funkcję interpersonalną (w obydwu przypadkach:  $\chi^2 = 4$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,046$ ), czyli miały być one istotnym narzędziem w nawiązywaniu i utrzymywaniu kontaktów z innymi ludźmi.

Mężczyźni z kolei znacząco częściej niż kobiety nie tylko wskazywali jako ważne dobra samochody (82% mężczyzn i 56% kobiet), ale także przypisywali im bogatszy wachlarz funkcji. Dla mężczyzn samochód był częściej użyteczny ( $\chi^2 = 7,90$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,005$ ), dostarczał przyjemności ( $\chi^2 = 4,59$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,032$ ), a także stanowił istotne zabezpieczenie finansowe ( $\chi^2 = 4,89$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,027$ ). Wśród innych dóbr, wyraźniej związanych z męskimi niż kobiecymi preferencjami, komputer traktowany był jako dostarczyciel pozytywnych emocji ( $\chi^2 = 2,95$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,086$ ).

**Status społeczno-ekonomiczny a spostrzegana ważność posiadanych przedmiotów w warunkach polskich.** W przeprowadzonych przeze mnie badaniach status społeczno-ekonomiczny ujmowany był w wywodzących się z Weberowskiej tradycji kategoriach ogólnych szans rynkowych danej grupy ludzi wyznaczanych przez zawód, wykształcenie i uzyskiwane dochody (por. GÓRNIK, 2000). Przyjęto przy tym, że stosunkowo ścisły związek zawodu z uzyskanym wykształceniem pozwala na skoncentrowanie się jedynie na wykształceniu badanych. Za takim stanowiskiem przemawiało również to, że przedmiotem badań było przypisywanie ważności dobrom materialnym, nie zaś samo ich posiadanie, na co bardziej wpływa ogólna orientacja kulturalna, wyznaczona przez wykształcenie, a nie zawód, jaki danej osobie przyszło wykonywać — nieraz z uwagi na warunki na rynku pracy, a nie własne preferencje.

Pod względem wykształcenia w badanej grupie dominowały osoby z wykształceniem średnim (36% badanych) oraz wyższym (33% badanych). Wykształcenie poniżej średniego posiadało 17% badanych, natomiast pomaturalne — 14%. Pod względem posiadanych zasobów materialnych grupa badana zróżnicowana była w następujący sposób: jako niski swój poziom dochodów określało 10% badanych, poniżej średniej krajowej — 29%, równy średniej krajowej — 39%, powyżej średniej krajowej — 18% badanych.

Zestawienie częstotliwości wyborów poszczególnych kategorii dóbr przez osoby legitymujące się różnym poziomem wykształcenia i poziomem dochodów zamieszczono w tabelach 3. i 4. w załączniku I.

Niezależnie od poziomu wykształcenia dobra trwałe, czyli dom i mieszkanie, działka rekreacyjna i pieniądze, spostrzegane były jako istotne. Spośród dóbr użytkowych o największym ciężarze gatunkowym samochód uznawany był za jedno z najważniejszych dóbr przez dwie skrajne pod względem

wykształcenia grupy — osoby z wykształceniem najniższym (76,47%) i najwyższym (81,82%), relatywnie najrzadziej samochód pojawiał się w wyborach osób z wykształceniem średnim (52,78%).

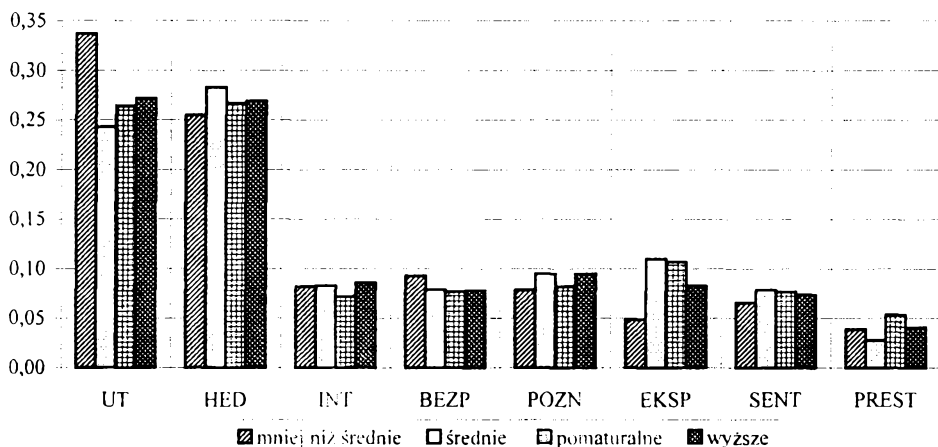
W zakresie dóbr użytkowych istotne różnice uwidoczniły się również w odniesieniu do przedmiotów artystycznych — „dzieła sztuki” (obrazy, rzeźby, grafiki itp.). Zdecydowanie mniej tych rzeczy wybieranych było przez osoby z najniższym wykształceniem (5,88% w porównaniu z 21,43%—41,67% w pozostałych grupach). Podobna sytuacja ujawniła się w przypadku komputera (17,65% w porównaniu z 52,78%—60,61% w pozostałych grupach). Z wymienionymi dobrami użytkowymi korespondowały przedmioty określone mianem nośników kultury i informacji. Rzeczy z tej kategorii — książki oraz płyty i kasety audio-wideo — najrzadziej wymieniane były przez osoby z najniższym wykształceniem (35,29% w porównaniu z — odpowiednio — 64,29%—88,89% i 54,55%—77,78% w pozostałych grupach).

Osobiste przedmioty codziennego użytku, takie jak ubranie i zegarek, okazały się relatywnie ważniejsze dla osób z wykształceniem wyższym i średnim (60,61% i 72,22% — w przypadku ubrania, 66,67% i 77,78% — w przypadku zegarka) niż dla osób z wykształceniem poniżej średniego i pomaturalnym (odpowiednio — 35,29% i 28,57% oraz 58,82% i 28,57%).

Wykształcenie badanych miało wpływ na spostrzeganie przez nich posiadanych przedmiotów w funkcji użytecznej ( $\chi^2 = 8,49$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,037$  w Teście Kruskala—Wallisa) i ekspresyjnej ( $\chi^2 = 14$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,003$  w Teście Kruskala—Wallisa). Porównanie przypisywanych funkcji w zależności od wykształcenia badanych przedstawia wykres 2.3.

Wykres 2.3

**Porównanie funkcji przypisywanych dobrom materialnym  
w zależności od wykształcenia**



Różnice w zakresie przypisywanych funkcji dotyczyły przede wszystkim osób z wykształceniem niższym niż średnie. Osoby te spostrzegały cenione przez siebie dobra zdecydowanie częściej niż pozostali badani w funkcji użytecznej, natomiast zdecydowanie rzadziej — w funkcji ekspresyjnej. Tendencja uwidoczniła się także w niedocenianiu przez nich funkcji hedonistycznej oraz nadawaniu nieco większego znaczenia funkcji zabezpieczającej. Pozostałe różnice były niewielkie i nieznaczące.

Różnice w zakresie funkcji nadawanych poszczególnym przedmiotom przez osoby o różnym poziomie wykształcenia odnoszą się do takich dóbr, jak dom lub mieszkanie z kategorii dóbr trwałych, nośniki kultury i informacji, drobne elementy wyposażenia domu lub mieszkania, osobiste przedmioty codziennego użytku oraz osobiste dokumenty i korespondencja.

Funkcja hedonistyczna ujawniła swoją ważność w odniesieniu do domu lub mieszkania w przypadku osób z wykształceniem średnim i pomaturalnym ( $\chi^2 = 11,03$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,02$ ). Podobnie istotna była funkcja hedonistyczna dla osób z wykształceniem średnim w odniesieniu do nośników kultury i informacji, tzn. książek ( $\chi^2 = 18,09$ ;  $df = 3$ ;  $p < 0,0001$ ), płyt i kaset ( $\chi^2 = 10,67$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,014$ ) oraz sprzętu do ich odtwarzania ( $\chi^2 = 9,22$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,026$ ). Generalnie najmniej ujawniło się nośników kultury i informacji w funkcji hedonistycznej w grupie osób z wykształceniem poniżej średniego. Przedmioty traktowane jako „dzieła sztuki” okazały się mieć istotne znaczenie hedonistyczne dla osób zarówno z wykształceniem średnim, jak i wyższym, co odróżniało je od dwóch pozostałych grup badanych ( $\chi^2 = 10,23$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,017$ ).

W funkcji ekspresyjnej najczęściej lokowane były drobne kolekcje i bibeloty przez osoby z wykształceniem średnim i pomaturalnym ( $\chi^2 = 9,91$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,019$ ) oraz ubrania ( $\chi^2 = 9,71$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,021$ ) przez osoby z wykształceniem średnim.

Osoby z wykształceniem średnim znacząco częściej przypisywały funkcję poznawczą książkom ( $\chi^2 = 14,32$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,003$ ) oraz — co ciekawe — przedmiotom wspomagającym nadwzręczność zmysły ( $\chi^2 = 9,36$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,025$ ). Prawdopodobnie nałożono tę funkcję na okulary, pomagające w eksploracji świata raczej niż dostarczające bezpośrednio informacji o nim. Osoby z wykształceniem poniżej średniego przypisywały funkcję poznawczą swoim roślinom, co nie zdarzało się w innych grupach ( $\chi^2 = 8,22$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,042$ ).

W funkcji użytecznej najczęściej pojawiały się dokumenty osobiste w grupie osób z wykształceniem średnim i poniżej średniego, brak ich zaś było w grupach osób z wykształceniem powyżej średniego ( $\chi^2 = 8,74$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,033$ ). Najmniej użyteczne konotacje miał komputer dla osób z najniższym wykształceniem ( $\chi^2 = 12,75$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,005$ ), a zegarek ( $\chi^2 = 12,58$ ;

$df = 3$ ;  $p = 0,006$ ) i przedmioty wspomagające zmysły ( $\chi^2 = 11,048$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,011$ ) — dla osób z wykształceniem pomaturalnym.

Dom stanowił gwarancję bezpieczeństwa głównie dla osób z wykształceniem średnim, w najmniejszym zaś stopniu — dla osób z wykształceniem wyższym ( $\chi^2 = 8,04$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,045$ ). Korespondencja była ważna z przyczyn interpersonalnych głównie dla osób z wykształceniem średnim i wyższym ( $\chi^2 = 9,09$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,028$ ), natomiast pieniądze dla osób z tych dwóch grup miały najmniejsze konotacje prestiżowe ( $\chi^2 = 8,79$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,032$ ).

Dochody nie różnicowały w wyraźny sposób tego, jakie przedmioty ludzie uważali za ważne w swoim życiu. W przypadku większości dóbr częstotliwość ich wyborów w grupach zróżnicowanych ze względu na poziom dochodów była podobna. Istotne różnice ujawniły się jedynie w odniesieniu do komputera z oprzyrządowaniem. Grupa osób o najniższych dochodach w ogóle nie wybierała tej kategorii, natomiast najczęściej pojawiał się on w wypowiedziach osób z dochodami wysokimi (68,18%) i poniżej średnich (62,07%). Ważność samochodu rosła wraz z dochodami (od 30% wyborów w grupie osób o najniższych dochodach, poprzez 55,17% i 76,92% w grupach o dochodach poniżej średnich i średnich, po 90,91% wyborów w grupie o dochodach najwyższych).

Pozostałe istotne różnice odnosiły się do otrzymywanych prezentów — znaczenie przypisywało im najwięcej osób z grupy o dochodach poniżej średnich (62,07% w porównaniu z 10%—41,03% w pozostałych grupach), oraz do rzeczy wykorzystywanych w pracy zawodowej — 59,09% osób z wysokimi dochodami wskazywało te przedmioty jako ważne, w porównaniu z 10%—27,59% osób z pozostałych grup.

Dochody różnicowały sposób przypisywania funkcji posiadanym rzeczom materialnym. Różnice istotne odnosiły się do funkcji utylitarnej ( $\chi^2 = 8,12$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,043$  w Teście Kruskala—Wallisa), hedonistycznej ( $\chi^2 = 7,87$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,049$  w Teście Kruskala—Wallisa) oraz zabezpieczającej ( $\chi^2 = 13,04$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,005$  w Teście Kruskala—Wallisa). Porównanie przypisywanych funkcji w zależności od poziomu dochodów badanych przedstawia wykres 2.4.

Osoby z najniższymi dochodami rzadziej niż inni umieszczały cenione przez siebie dobra w funkcji hedonistycznej, natomiast częściej — w funkcji zabezpieczającej. Ważność nadawana funkcji utylitarnej odróżniała badanych z dochodami nieco powyżej średniej krajowej od pozostałych, zwłaszcza osób z dochodami nieco poniżej średniej. W grupach osób o wyższych dochodach rosła również ważność funkcji prestiżowej, spadła zaś — ekspresyjnej i sentymentalnej. Te ostatnie różnice były jednak statystycznie nieistotne.

Analiza funkcji przypisywanych poszczególnym dobrom wykazała, że komputer miał dużo istotniejsze znaczenie interpersonalne dla osób z dochodami

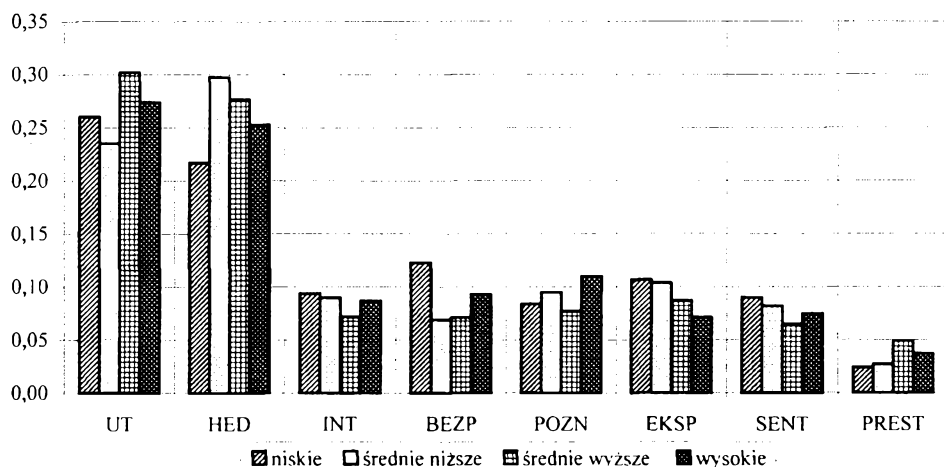


poniżej średnich niż dla osób z dochodami wyższymi ( $\chi^2 = 7,28$ ;  $df = 2^3$ ;  $p < 0,005$ ). Sprzęt rekreacyjny miał konotacje hedonistyczne przede wszystkim dla osób z dochodami poniżej średniej krajowej oraz wysokimi ( $\chi^2 = 8,45$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,038$ ). W odniesieniu do samochodu ( $\chi^2 = 15,78$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,001$ ) i przedmiotów związanych z pracą zawodową ( $\chi^2 = 8,44$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,038$ ) stwierdzono następującą prawidłowość: im wyższe uzyskiwano dochody, tym częściej przypisywano tym dobrom funkcję użyteczną.

Telefon ( $\chi^2 = 9,62$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,02$ ) i zegarek ( $\chi^2 = 11,44$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,01$ ) miały istotne znaczenie zabezpieczające dla osób z najniższymi dochodami. Dla osób tych ubrania pełniły ważną funkcję interpersonalną; wraz ze wzrostem dochodów funkcja ta w odniesieniu do ubrań wyraźnie malała ( $\chi^2 = 11,37$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,01$ ).

Wykres 2.4

Porównanie funkcji przypisywanych dobrom materialnym  
w zależności od poziomu dochodów



### 2.3.3. Specyfika gromadzonych dóbr materialnych i przypisywanych im funkcji w polskich warunkach społeczno-ekonomicznych — podsumowanie

Styl życia i związane z nim formy aktywności, określające miejsce w cyklu życiowym, odzwierciedlają się w posiadanych przedmiotach uznawanych przez ludzi za ważne. Również potrzeby jednostkowe, powiązane z etapem rozwoju

<sup>3</sup> Ponieważ grupa osób z dochodami niskimi w ogóle nie wymieniała komputera jako istotnego przedmiotu, porównywano tylko trzy pozostałe grupy dochodowe, stąd  $df = 2$ .

tożsamości, uwidaczniają się w funkcjach, jakie posiadanym przedmiotom nadają osoby w różnym wieku.

Wchodzenie w dorosłe życie oraz pełnia aktywności w roli studenta lub profesjonalnego młodego pracownika wspierane są poprzez rzeczy, takie jak dom lub mieszkanie, samochód, urządzenia AGD, komputer, książki, pewne przedmioty usprawniające pracę zawodową. W przypadku młodych ludzi wydaje się więc, że preferencje odnoszące się do posiadanych przedmiotów wynikają z potrzeby wspomagania intensywnej aktywności życiowej i zawodowej poprzez zaawansowane technologicznie przedmioty. Jednakże posiadanie dla ludzi młodych ma również wyraźny wydźwięk hedonistyczny i ekspresyjny. Rzeczy, które cenią sobie najbardziej, mają budzić pozytywne emocje, pozwalać miło spędzić czas i dobrze się bawić. W tej funkcji znalazł się nawet komputer, który młodzi ludzie potrafią wykorzystać jako dostarczyciela pozytywnych doznań. Aspekt ekspresyjny z kolei uwidacznia się w znaczeniu nadawanym ubraniom i kosmetykom. W funkcji ekspresyjnej lokowane są ponadto płyty i kasety. Potrzeba wzmacniania Ja poprzez poczucie kontynuacji zaznacza się natomiast w ważności funkcji sentymentalnej nadawanej rzeczom takim, jak stare szkolne zeszyty, osobiste notatki, pamiętniki. Wchodzenie w dorosłość to również czas nawiązywania i podtrzymywania kontaktów interpersonalnych. Stąd ważność posiadanych przedmiotów ułatwiających funkcjonowanie w takich kontaktach, np. telefonu lub komputera z pocztą elektroniczną, ale również takich rzeczy, jak kolekcja płyt czy książek.

Uzyskane wyniki pokazują interesującą tendencję odnoszącą się do cenionych dóbr w grupie osób z „pustych gniazd”, czyli małżeństw, których dzieci się usamodzielniały i opuściły dom. Preferencje tej grupy badanych zbliżone są do grup osób najmłodszych — zwłaszcza „wolnych strzelców”. Odróżnia ich tylko to, że w ten nowy etap swojego życia wchodzi wyposażeni w rzeczy, które zgromadzili w przeciągu długich lat wspólnego budowania „miejsca na Ziemi”. Wydaje się, że opuszczenie domu przez dzieci niejako uwalnia nowy potencjał i aktywność życiową, która odzwierciedla się w cenionych przedmiotach, zapewniających komfort (dobrze wyposażony dom lub mieszkanie), ułatwiających realizację zadań (komputer, przedmioty związane z pracą zawodową, książki w funkcji utylitarnej i poznawczej), poprawiających wygląd zewnętrzny i zapewne związane z nim samopoczucie (kosmetyki i przybory toaletowe). W tej grupie pojawiają się również ważne przedmioty w funkcji sentymentalnej. Prawdopodobnie w przypadku tych osób „uwolnienie” pozostaje jeszcze w pewnej sprzeczności z tęsknotą za rodzinną fazą cyklu życiowego, którą to fazę przypominają drobne przedmioty cenione ze względów sentymentalno-retrospektywnych, ale już nie interpersonalnych.

Posiadane rzeczy i przypisywane im funkcje w przypadku seniorów wyrażnie sugerują tendencję do wycofywania się z głównego nurtu aktywności

i koncentracji na problemach związanych z wiekiem (np. zdrowotnych), oraz ograniczoną możliwość eksploracji świata (przedmioty wspomagające nadwzrężone zmysły i aparat ruchowy). Dla tej najstarszej grupy charakterystyczny jest dystans do rzeczy nowych, technologicznie zaawansowanych; seniorzy najrzadziej wymieniają jako ważne komputer, sprzęt audio-video, nawet samochód. Przyjemność kontaktu z przedmiotem zapewniają im pamiątki rodzinne i osobiste, zdjęcia, rośliny, czasopisma. Zgromadzone rzeczy w coraz większym zakresie pełnią funkcje sentymentalne niż użyteczne, związane z aktywnością skierowaną „na zewnątrz”.

Wyraźnie odróżniają się od pozostałych grup osoby pozostające w związkach rodzinnych. Robią one wrażenie najmniej zainteresowanych konsumpcją. Generalnie wymieniają najmniej przedmiotów ważnych; a te, które traktują jako ważne, nie mają z reguły symbolicznych konotacji. Na dodatek posiadanie ma dla nich mniejsze znaczenie hedonistyczne niż dla pozostałych, natomiast przykładają oni relatywnie dużą wagę do rzeczy w funkcji interpersonalnej. Możliwe, że koncentracja na relacji z partnerem i dziećmi usuwa na dalszy plan przedmioty materialne. Czyste relacje interpersonalne niejako zdają się wypełniać życie tych osób tak, że nie ma w nim miejsca — a może przede wszystkim potrzeby — zwracania się ku przedmiotom materialnym.

Przedmiot, towarzysząc człowiekowi na przestrzeni całego życia, zmienia swój charakter i funkcje. W pewnych okresach życia rzeczy wydają się mniej potrzebne, bo życie wypełnione jest innymi ludźmi (faza rodzinna), w innych — pomagają wyrazić i wzmocnić Ja, realizować pożądaną aktywność oraz dostarczać przyjemnych doznań (faza „wolnych strzelców” i „pustych gniazd”), umożliwiają w końcu stosunkowo bezpieczne wycofanie się z głównego nurtu zdarzeń, w dalszym ciągu zapewniając komfort i satysfakcję (faza seniorów). Przedmiot materialny zatem wpasowuje się w sytuację życiową jednostki, pomagając jej realizować potrzeby i ukonkretniać indywidualne właściwości.

Różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami uwidocznione w preferencjach odnoszących się do rodzaju i funkcji posiadanych dóbr w ogólnych zarysach potwierdzają prawidłowości stwierdzone w badaniach zachodnich (por. CSIK-SZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; DITTMAR, 1991; 1992; KAMPTNER, 1989; 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992). Polscy mężczyźni — w odróżnieniu od kobiet — cenią znacząco częściej takie przedmioty, jak sprzęt audio-video, samochody i motocykle, pełniące bardzo zróżnicowane funkcje instrumentalne. Kobiety natomiast cenią sobie posiadanie sprzętu AGD, przedmiotów o walorach artystycznych, biżuterii, kosmetyków i osobistych notatek, starej korespondencji itp. Ważność sprzętu AGD dla kobiet może świadczyć o ich silnej pozytywnej identyfikacji z aktywnością w roli gospodyni domowej.

Ubrania i kosmetyki są natomiast narzędziem ekspresji, źródłem przyjemności, wręcz istotnym warunkiem nawiązywania i utrzymywania kontaktów interpersonalnych. Kobięce posiadanie można zatem określić jako nastawione na relacje i ekspresyjne. W męskim posiadaniu po raz kolejny uwidocznił się natomiast instrumentalny aspekt posiadanych rzeczy i ich związek z satysfakcjonującą posiadacza aktywnością.

Wyniki odnoszące się do kobiecego stosunku do posiadanych rzeczy były — ogólnie rzecz biorąc — znacznie wyrazistsze niż te, które uzyskano w grupie mężczyzn. Relatywnie mało wyrazisty obraz męskiego posiadania, jaki wyłonił się w rezultacie badań, wynikać może z faktu, że w Polsce kobiety biorą udział w zdecydowanej większości decyzji rodzinnych odnoszących się do kupowania wszelkich dóbr (również tak cenionych przez mężczyzn samochodów), dysponowania zasobami i kształtowania materialnego stylu życia, a w wielu przypadkach podejmują decyzje o materialnych aspektach życia rodziny całkiem samodzielnie, co wykazała w swoich badaniach Zofia KĘDZIOR (1997). Możliwe zatem, że w takiej sytuacji mężczyźni nie czują, iż rzeczy, które ich otaczają, psychologicznie do nich należą, nie czują się do nich przywiązani osobiście. Podążają więc za kobiecą wizją użyteczności i funkcjonalności, nie kształtując swojego stosunku do przedmiotów samodzielnie.

Wykształcenie i poziom dochodów miały różny wpływ na spostrzeganie posiadanych rzeczy jako ważnych i przypisywane im funkcje. Wykształcenie określa pewien poziom życia związany z umiejętnością uczestniczenia w kulturze, również poprzez przedmioty. Osoby z relatywnie wyższym wykształceniem spostrzegały szersze *spectrum* możliwości, jakie daje posiadanie, i traktowały jako ważne przedmioty z kategorii nieobecnych w wypowiedziach osób z najniższym wykształceniem (np. „dzieła sztuki”, nośniki kultury i informacji, komputer). Wykształcenie wpływało także na spostrzeganie funkcji, również poszerzając ich zakres, szczególnie o funkcję hedonistyczną, ekspresyjną i poznawczą.

Przyglądając się znaczeniu przedmiotów w kontekście zróżnicowania ze względu na status społeczno-ekonomiczny, dostrzec można charakterystyczne problemy polskiej klasy średniej. Osoby z co najmniej średnim poziomem wykształcenia (wśród których było wielu studentów) w preferencjach odnoszących się do przedmiotów wyrażały swoje aspiracje kulturowe i poznawcze (np. komputer, sprzęt rekreacyjny w funkcji hedonistycznej, książki), które nie zawsze znajdowały pokrycie w ich możliwościach finansowych. Osoby, których poziom materialny był co najmniej powyżej średniej krajowej, wykazywały większą niż pozostali badani tendencję do wyrażania go poprzez dobra lokowane w funkcji prestiżowej, choć np. samochód — który wydaje się niejako „prototypowym” wyrazicielem statusu społecznego — spostrzegany był przez tę najlepiej sytuowaną grupę w kategoriach utylitarnych. Wydaje się, że obserwowane w społeczeństwach zachodnich odejście od prestiżowej funkcji

przedmiotów w kierunku ich funkcji symbolicznych, zwłaszcza ekspresyjnej, zaznacza się również w stosunku Polaków do przedmiotów.

Grupa osób o najniższych dochodach wykazywała tendencję do zawężania funkcji wymienianych rzeczy. Charakterystyczne dla tej grupy było lokowanie stosunkowo dużej liczby przedmiotów w funkcji zabezpieczającej (wśród nich np. telefonu i zegarka), ubranie natomiast — zdaniem tychże badanych — „brało udział” w nawiązywaniu i podtrzymywaniu relacji społecznych. Znaczy to, że ważność przedmiotu dla osób z najniższymi dochodami zawierała się głównie w jego wartości wymiennej, ekonomicznej. Rezultat ten bezpośrednio koresponduje z tendencją opisaną przez DITTMAR (1992) w odniesieniu do angielskich bezrobotnych, dla których nawet przedmioty o konotacjach sentymentalno-retrospektywnych były na tyle cenne, na ile posiadały jakąś wartość rynkową.

Celowość badań własnych, których wyniki tu przedstawiono, wynikała z konieczności zweryfikowania ustaleń autorów zachodnich w polskiej rzeczywistości ekonomiczno-kulturowej. Generalnie można ocenić, że pomimo pewnych różnic w hierarchii ważności nadawanej poszczególnym rzeczom, tendencje w przypisywaniu znaczenia posiadanym dobrom materialnym były podobne do tendencji zidentyfikowanych w badaniach zachodnich. Odmienność wynikała raczej ze specyfiki sytuacji gospodarczej i pozapersonalnych uwarunkowań poziomu życia w Polsce i krajach zachodnich, w mniejszym zaś stopniu z charakteru psychologicznych regulatorów stosunku jednostki do posiadanych przez nią przedmiotów, takich jak potrzeby, zmieniające się wraz z rozwojem tożsamości jednostkowej.

Relatywnie niższy materialny poziom życia w naszym kraju wyzwała zachowania, charakterystyczne dla osób, które w społeczeństwach zachodnich mają niższy status społeczno-ekonomiczny. Krystalizująca się polska klasa średnia prezentuje bardzo niejednorodny wzorec relacji z dobrami materialnymi z powodu braku jednoznacznej adekwatności pomiędzy standardami kulturalnymi a możliwościami finansowymi. Doświadczenia gospodarki niedoborów w dalszym ciągu uwidaczniają się w koncentracji na technologicznych udogodnieniach, jakie dają przedmioty codziennego użytku, a nie na docenianiu pozainstrumentalnych aspektów posiadanych przedmiotów.

Polacy, znajdujący się ciągle na etapie doganiania zachodniego poziomu życia i nadrabiania zapóźnień cywilizacyjnych, związanych chociażby z ułatwieniami w wykonywaniu codziennych czynności, są prawdopodobnie w dalszym ciągu zafascynowani nieskrępowanym dostępem do najnowszych generacji sprzętu AGD, audio-wideo, samochodów, działających telefonów itp. — stąd ważność tych dóbr, najczęściej wymienianych przez badanych z różnych grup. Wydaje się, że ludzie żyjący w zachodniej rzeczywistości ekonomicznej pośledli komfort koncentracji na własnym Ja poprzez przedmioty materialne, podczas gdy w czasach transformacji społeczno-ekonomicznej Polaków

ciągle fascynuje nowy model nie tylko samochodu, ale również lodówki czy magnetowidu. Doświadczenia deprywacji wyniesione z długich lat funkcjonowania w gospodarce niedoborów spowodowały więc, że podstawowe dobra trwałe i użytkowe zajmują poczesne miejsce w świadomości polskiego konsumenta, podczas gdy potencjalnie nieskrępowany dostęp do nich w gospodarce rynkowej przesunął akcenty na przedmioty innego rodzaju, uwidaczniając bardziej symboliczno-indywidualny oraz hedonistyczny aspekt posiadania przedmiotów materialnych. Taka teza znajduje poparcie w wywodach Adriana FURNHAMA i Michaela ARGYLE'A (1998), którzy twierdzą, że pieniądze i dobra materialne, w tym przedmioty codziennego użytku, znaczą więcej i dają więcej szczęścia ludziom doświadczającym ekonomicznej deprywacji. Tam, gdzie mamy do czynienia z dużymi zasobami materialnymi i możliwością bezproblemowego zaspokajania materialnych pragnień, przedmioty nie wnoszą niczego nowego do życia ich posiadaczy (por. RICHINS, 1987). Prawdliwość ta w równym stopniu odnosi się do jednostek, jak i społeczeństw zróżnicowanych pod względem dobrobytu materialnego.

Na zakończenie warto zwrócić uwagę na ograniczenia w możliwości generalizowania uzyskanych wyników. Badania nie miały charakteru socjologicznego sondażu ukierunkowanego na zdiagnozowanie postaw materialnych polskiego społeczeństwa, jak np. praca GÓRNIKA (2000). Nie objęły więc one swym zasięgiem reprezentatywnej próby tegoż społeczeństwa. Ich głównym celem było prześledzenie różnic w psychologicznym przywiązaniu do przedmiotów wśród ludzi zróżnicowanych ze względu na płeć i miejsce w cyklu życiowym. Szczególnie dane na temat związku stosunku do przedmiotów ze statusem społeczno-ekonomicznym, uzyskane niejako „przy okazji” głównego nurtu badań, trzeba więc analizować, biorąc pod uwagę fakt, że badanymi byli mieszkańcy zurbanizowanej śląskiej aglomeracji, osoby pracujące lub studiujące, w przeważającej większości z wykształceniem co najmniej średnim.

## 3. Materializm

### 3.1. Oblicza materializmu — złożona natura przywiązania do dóbr

#### 3.1.1. Co to jest materializm?

Trudno wyobrazić sobie rozważania na temat relacji jednostki ze światem rzeczy materialnych bez odwołania się do pojęcia materializmu. W potocznym rozumieniu materializm kojarzy się z negatywną charakterystyką człowieka, któremu świat przysłaniają posiadane lub pożądane przez niego dobra materialne i pieniądze, a szczęście zależy przede wszystkim od tego, co posiada (FOURNIER, RICHINS, 1991). To potoczne rozumienie nie odbiega zbyt od określenia materializmu w literaturze filozoficznej, socjologicznej i psychologicznej.

„Zgeneralizowana żądza dóbr” (MUKERJI, 1983) — to przykład spektakularnych haseł, jakie przewijają się przez literaturę, nie mając jednak zbyt dużej mocy wyjaśniającej, jeśli chodzi o naturę materializmu. W podobnym duchu materializm określany jest mianem „religii”, w której rzeczy materialne są obiektem czci i kultu, która strukturalizuje życie jednostek oraz nadaje kierunek ich zachowaniom (BREDEMEIER, TOBY, 1960). W jeszcze innym ujęciu materializm rozumiany jest jako styl życia, w którego ramach wysoki poziom konsumpcji jest celem samym w sobie i punktem odniesienia dla ustanawianych planów życiowych (DÄUN, 1983; RASSULI, HOLLANDER, 1986). Pojawiający się w pracach Ericha FROMMA (1995) i Gabriela MARCELA (1986) *modus* posiadania, czyli orientację na „mieć”, można również w znacznej mierze (choć niecałkowicie) utożsamiać z materializmem. Jeszcze inna perspektywa teoretyczna ujmuje materializm jako uzależnienie od dóbr materialnych lub dobrobytu, ze wszelkimi psychopatologicznymi konsekwencjami, jakie uzależnienia ze sobą niosą (JAMPOLSKI, 1992; ADAMIEC, KULIK, 1993).

Ambicję precyzyjnego określenia materializmu, uwzględniającego empiryczne konsekwencje przyjętej definicji, mają dwie poniższe definicje, najczęściej cytowane w literaturze psychologicznej. Russell W. BELK (1984; 1985) określa materializm jako „ważność, jaką konsument przykładą do rzeczy przez siebie posiadanych. Na najwyższym poziomie materializmu rzeczy te zajmują centralne miejsce w życiu jednostki i stanowią najważniejsze źródło satysfakcji życiowej lub jej braku” (BELK, 1985: 265). Jego zdaniem materializm przejawia się w trzech indywidualnych właściwościach odnoszących się do relacji: Ja — dobra materialne — inni. Właściwościami tymi są: zaborczość, niechęć do dzielenia się z innymi, zawiść.

Marsha L. RICHINS i Scott DAWSON (1990; 1992) — uznawszy, że materializm sprowadza się do umiejscowienia posiadania dóbr w centralnym miejscu w życiu jednostki — uzupełniają tę definicję, twierdząc, że dla osób nastawionych materialistycznie konsumpcja stanowi podstawowy cel, do jakiego dążą, warunek satysfakcji życiowej oraz kryterium osiągnięć i sukcesu (por. WARD, WACKMAN, 1971).

Pomimo bogactwa definicji i ujęć teoretycznych konceptualizacja materializmu budzi ciągle wiele kontrowersji (FRIEDMAN, 2000). Jakikolwiek próby definiowania tego zjawiska zawsze prowokują do stawiania dodatkowych pytań. Odpowiedź na te pytania sugeruje jego wielowymiarowość i wieloaspektowość. W kolejnych podrozdziałach przedstawione będą podstawowe kontrowersje i pytania odnoszące się do rozumienia materializmu oraz propozycje odpowiedzi na nie.

### **3.1.2. Wymiar indywidualny i kulturowy materializmu**

Pierwsze pytanie, odnoszące się do istoty materializmu, wiąże się z poziomem analizy tego zjawiska — indywidualnym lub społeczno-kulturowym. Innymi słowy, chodzi o to, czy to ludzie są materialistami, czy raczej materialistyczne są społeczeństwa i kultury, w jakich ludzie ci żyją. Najtrafniejszą odpowiedzią na to wydaje się stwierdzenie, że materializm to właściwość jednostki, żyjącej w pewnym układzie społecznym, w którym dominują określone orientacje normatywne. Materialistyczne uzależnienie od rzeczy wpływa nie tylko z uwarunkowań indywidualnych, osobowościowych, ale jest osadzone w pewnym kontekście społeczno-kulturowym, dostarczającym wzorców zachowań, norm i wartości, jakie jednostka może wykorzystać na swój użytek. Jeśli znaczna część społeczeństwa pożąda dóbr i je konsumuje z innych przyczyn, niż te, które ekonomiści tradycyjnie określają mianem „użyteczność”, to mamy do czynienia z kulturą konsumpcji (RASSULI, HOLLANDER, 1986). W takiej kulturze indywidualne tendencje nabierają kształtów, adaptując formy „podpowiadane” przez nią.



Odnoszące się do zachodnich społeczeństw analizy socjologiczne i psychologiczne (por. np. BAUDRILLARD, [1970] 1998; BOCOCK, 1993; CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; CUSHMAN, 1990/1992; DITTMAR, 1992; LEISS, KLINE, JHALLY, 1990) sugerują jednoznacznie, że są to społeczeństwa materialistyczne, w sensie systemu kulturowego, w którym zainteresowanie dobrami materialnymi nie jest podporządkowane innym celom społecznym (MUKERJI, 1983). Człowiek żyjący w zachodnim świecie rozwiniętej gospodarki rynkowej i społeczeństwa konsumpcyjnego ma w zasięgu ręki wzorce zachowań, których sednem jest posiadanie i gromadzenie dóbr materialnych. W takim kontekście społecznym naturalne wydaje się bycie „materialistą”, a odrzucenie materialistycznej orientacji jest tożsame niemal ze społeczną kontestacją na miarę hippisowskiej rewolty lat sześćdziesiątych.

Oczywiście, nie znaczy to, że w społeczeństwach, które nie przykładają wagi do posiadania w takim zakresie, jak społeczeństwa zachodnie, jednostki nie przejawiają tendencji do gromadzenia dóbr materialnych i nadawania im szczególnego znaczenia w swoim życiu. BELK (1985) twierdzi wprost, że wysoki poziom materializmu nie charakteryzuje jedynie społeczeństwa amerykańskiego i społeczeństw zachodnich. Jego zdaniem równie materialistyczne jest społeczeństwo japońskie, na co wyraźnie wskazuje zawartość japońskich reklam. Podobny wzrost orientacji materialistycznej można zaobserwować w społeczeństwach „bloku wschodniego”, które uwolniwszy się od restrykcji ekonomii niedoborów, zwróciły się w stronę konsumpcji, w znacznej mierze ukierunkowanej na zaznaczanie i podtrzymywanie wysokiej pozycji oraz statusu społecznego (BELK, 1998). W przypadku zarówno społeczeństwa japońskiego, jak i społeczeństw z centralnej i wschodniej Europy nastawienie na konsumpcję zderza się jednak z innymi wartościami i jest w mniejszym stopniu społecznie legitymizowane, ponieważ ciągle wysoko cenione są alternatywne style życia oraz wartości jednostkowe i społeczne.

Ronald INGLEHART (1977; 1981) z kolei sugeruje, że w zamożnych społeczeństwach zachodnich obserwuje się wraz z coraz pełniejszym zaspokojeniem potrzeb niższego rzędu stopniowe odchodzenie od wartości materialistycznych oraz nastawienia na konsumpcję i zwrot ku wartościom postmaterialistycznym, takim jak przynależność do pewnego układu społecznego, ekspresja własnego Ja, podnoszenie „jakości życia” w pozamaterialnym sensie. Jednakże dowody na potwierdzenie tezy o postmaterialnej orientacji zachodnich społeczeństw są — jak twierdzi BELK (1985) — co najmniej dwuznaczne; ponadto rozumienie materializmu przez Ingleharta znacznie odbiega od przytoczonych powyżej definicji.

Wydaje się, iż koncepcja wartości postmaterialistycznych, zestawiona z innymi koncepcjami odnoszącymi się do materialistycznej orientacji na posiadanie i konsumpcję, sugeruje dynamikę i elastyczność samego pojęcia „materializm”. Koncentracja na rzeczach materialnych jako sedno i istota materia-

lizmu pozostaje niezmienna na różnych etapach rozwoju społeczeństw konsumpcyjnych, natomiast tym, co stanowi o dynamice i elastyczności zjawiska materializmu, jest znaczenie nadawane posiadanym dobrom. Nie tracą one więc bezwzględnej wartości w rzekomo „postmaterialistycznym” kontekście społecznym, zmienia się natomiast ich funkcja. Najbardziej spektakularnym dowodem na zmianę oblicza materializmu jest nadawanie ważności prestiżowemu aspektowi posiadanych dóbr — traci on na znaczeniu w rozwiniętych społeczeństwach konsumpcyjnych na rzecz konsumpcji powiązanej z samoaktualizacją i ekspresją własnego Ja (por. BLUMBERG, 1974; LUNT, 1995; LEISS, KLINE, JHALLY, 1990). Możliwe, że społeczeństwa znajdujące się u progu świata konsumpcji przechodzą poprzez fazę ostentacyjnie prestiżowej konsumpcji, jak twierdzi BELK (1998). Może to sprawiać wrażenie, że ich członkowie reprezentują szczególnie drapieżne nastawienie materialistyczne, w porównaniu z pozaprestiżową konsumpcją rozwiniętych społeczeństw kapitalistycznych. W istocie jednak jest odwrotnie, ponieważ tam, gdzie poczucie tożsamości i samoaktualizacja ciągle opierają się na przesłankach pozamaterialnych, trudno mówić o nasilonym materializmie, nawet w obliczu konsumpcji ostentacyjnie ukierunkowanej na podniesienie prestiżu społecznego.

### 3.1.3. Posiadanie czy gromadzenie bogactwa jako jądro materializmu

Drugie pytanie odnoszące się do istoty materializmu dotyczy tego, czy obejmuje on posiadanie, czy gromadzenie rzeczy oraz czy jego istotą jest stosunek do posiadania *per se*, czy raczej do dobrobytu materialnego, czyli bogactwa (por. FRIEDMAN, 2000). Trudno wyobrazić sobie posiadanie bez gromadzenia rzeczy — aby mieć, trzeba dobra zgromadzić. Dalej jednak pozostaje nierozstrzygnięte, czy materializm sprowadza się wyłącznie do pielęgnowania własności, czy raczej chodzi tu o działanie — aktywność zmierzającą do kupowania lub zagarniania rzeczy. Można w tym kontekście przytoczyć zdanie Åke’a DÄUNA (1983), który uważa, że wyznaczanie sobie materialnych celów oraz dążenie do ich osiągnięcia stanowią bardzo ważny czynnik spajający rodzinę; nie samo posiadanie zatem, ale dochodzenie do niego ma tutaj wartość. Podobnie Mihaly CSIKSZENTMIHALYI (2000) — sugerując, że konsumpcja zaspokaja nie tylko potrzeby „egzystencjalne”, czyli umożliwia codzienne funkcjonowanie, ale również „potrzeby doświadczania” (*experiential needs*) — stwierdza, że w tym drugim przypadku chodzi o stymulującą funkcję samego zaopatrywania się w dobra, a nie posiadanie ich. Przypisać bowiem należy, że psychologicznie odmienna jest sytuacja osoby, która dziedziczy ogromny majątek i w rezultacie posiada prawie wszystko, czego potrzebuje, od sytuacji osoby, która stopniowo dochodzi do majątku i stara się

dopiero osiągnąć satysfakcjonujący poziom materialny poprzez gromadzenie pieniędzy i określonych dóbr. Przypadki te stwarzają inny kontekst dla materializmu. W pierwszym przypadku stosunek do odziedziczonej fortuny może być materialistyczny — jest ona wartością umiejscowioną w centrum hierarchii oraz wyznacznikiem szczęścia, poczucia własnej wartości i pozycji społecznej. Stosunek do posiadania odziedziczonej fortuny może być również niematerialistyczny — fortuna „przydarzyła się” danej osobie, natomiast źródeł satysfakcji, poczucia własnej wartości i statusu społecznego upatruje ona w innych obszarach. W drugim przypadku dążenie do posiadania samo w sobie zakłada regulację materialistyczną — jest to cel, którego osiągnięciu podporządkowana została aktywność jednostki.

Jeśli natomiast przyjąć, że materializm oznacza uzależnienie od dobrobytu, czyli od wielości i jakości posiadanych dóbr materialnych (por. ADAMIEC, KULIK, 1993), to posiadanie rzeczy samo w sobie może być wolne od materializmu, natomiast tam, gdzie pojawia się problem usilnego dążenia do zamożności i dobrobytu, wyłania się równocześnie problem materializmu. Zagadnienie to prawdopodobnie łatwiej będzie rozstrzygnąć, odpowiadając na kolejne pytanie.

### 3.1.4. „Dobry” i „zły” materializm

Pytanie trzecie odnosi się do oblicza materializmu i sposobu wartościowania go. Przyjmuje się — najogólniej mówiąc — że materializm może być „dobry” albo „zły” (por. FOURNIER, RICHINS, 1991; FRIEDMAN, 2000). Mihaly CSIKSZENTMIHALYI i Eugene ROCHBERG-HALTON (1981) określają te dwa oblicza materializmu mianem — odpowiednio — materializmu instrumentalnego i materializmu terminalnego. Monroe FRIEDMAN (2000), posługując się dla lepszego zobrazowania zjawiska „cholesterolowym modelem materializmu”, rozróżnia „dobry” materializm — *HDL* (użyteczny) oraz „zły” materializm — *LDL*. Ten rodzaj myślenia pojawia się również u FROMMA (1995), kiedy pisze on o posiadaniu „funkcjonalnym” i „charakterologicznym”.

Pojęcie „dobrego” materializmu opiera się na założeniu, że rzeczy materialne są niezbędne do przetrwania, służą zaspokojeniu potrzeb egzystencjalnych (por. CSIKSZENTMIHALYI, 2000) i realizacji życiowych zadań. Analizując ludzkie potrzeby z różnych poziomów, można stwierdzić, że we współczesnym świecie na każdym szczeblu nieodzowne wydaje się posłużenie się przedmiotem, choć wiele potrzeb mogłoby zostać zaspokojonych na drodze pozamaterialnej. Potrzeby podstawowe, takie jak potrzeba pokarmowa czy ochrona przed zmiennymi warunkami atmosferycznymi, ze swej natury muszą być zaspokajane poprzez rzeczy. Zaspokojenie potrzeby bezpieczeństwa wymaga posiadania schronienia — domu w dobrym sąsiedztwie, a czasem broni palnej.

Wydaje się, że zaspokojenie potrzeb przynależności i miłości powinno obyć się bez materialnego wspomagania, jednakże często wymaga ono odpowiedniego miejsca, gdzie można spotkać innych ludzi, albo kodu komunikacyjnego, np. w postaci kwiatów, walentynkowych gadżetów lub prezentów wymienianych po to, aby wyrazić swoje uczucia. Zaspokojenie potrzeby szacunku i prestiżu — choć podobnie jak w przypadku potrzeby przynależności i miłości mogłoby obyć się bez materialnej otoczki — jest niemal podręcznikowym przykładem wykorzystywania dóbr materialnych w symbolicznej funkcji. W końcu zaspokojenie potrzeb samorealizacji — choć znowu możliwe do osiągnięcia w sferze pozamaterialnej — często wymaga rzeczy i pieniędzy. Nawet najbardziej zagorzały zachodni wyznawca buddyzmu, aby usiąść u stóp swojego mistrza, potrzebuje pieniędzy na bilet lotniczy. Takie postacie, jak Matka Teresa lub Albert Schweitzer, które są w stanie dokonać samorealizacji poza materialnym kontekstem, są absolutnym ewenementem we współczesnym świecie (CŠIKSZENTMIHALYI, 2000).

Istotą zatem materializmu „dobrego” — instrumentalnego jest jego funkcja jako narzędzia pozwalającego na realizację celów pozamaterialnych i ograniczenie się do tej funkcji. Materializm taki wynika z kontekstu sytuacji, w jakiej znajduje się dana osoba. W tym sensie może być rozumiany jako fenomen determinowany kulturowo, ponieważ kultura określa kontekst, np. kod komunikacyjny albo sposób zaspokajania potrzeb na poziomie wyznaczonym przez rozwój technologiczny (KILBOURNE, 1991). FROMM (1995: 145) twierdzi z kolei, że posiadanie funkcjonalne jest zakorzenione w samym istnieniu człowieka — „jest ono racjonalnie ukierunkowaną pobudką ufundowaną w walce o przetrwanie”. Nie pozostaje ono w konflikcie z „byciem”. Można zatem powiedzieć, że materialistami jesteśmy wszyscy. Różnice między ludźmi w tym względzie dotyczyć mogą jedynie tego, czy widzą oni alternatywne możliwości zaspokojenia swoich potrzeb w sposób pozamaterialny oraz czy posiadanie rzeczy nie staje się nadrzędnym celem.

Posiadanie jako cel sam w sobie jest istotą „złego” materializmu. Jeśli konsumpcja ma na celu wyłącznie konsumpcję, to mamy do czynienia z materializmem terminalnym, groźną odmianą materializmu typu *LDL*, albo posiadaniem charakterologicznym. Posiadanie odgrywa wtedy rolę podstawowego i jedyne go źródła satysfakcji, a cele życiowe sprowadzają się do gromadzenia rzeczy materialnych. Uzależnienie od posiadania jest bolesnym — w psychologicznym sensie — przejawem „złego” materializmu.

Rozróżnienie „dobrego” i „złego” materializmu wzbudza w literaturze wiele kontrowersji (por. FOURNIER, RICHINS, 1991; FRIEDMAN, 2000). Przede wszystkim podkreśla się, że każdy przejaw materializmu jest w swej istocie instrumentalny względem pewnych celów, które są pozamaterialne. Dążenie do posiadania jest zatem jedynie przejawem dążenia do osiągnięcia czegoś innego — władzy, uznania, szacunku. Podobny argument wywieść można

z ekonomicznej teorii użyteczności, według której przedmioty są tylko narzędziami, umożliwiającymi osiągnięcie ważnych dla jednostki celów. Tymi celami może być już sama przyjemność, wynikająca z bycia zamożnym, oraz poczucie bezpieczeństwa, związane z posiadaniem określonych dóbr. Dyskusja z niniejszym stanowiskiem stanie się jednakże możliwa dopiero po dokonaniu wglądu w psychologiczną naturę materializmu i podjęciu próby głębszej konceptualizacji tego pojęcia.

### 3.1.5. Wartość, postawa czy orientacja życiowa

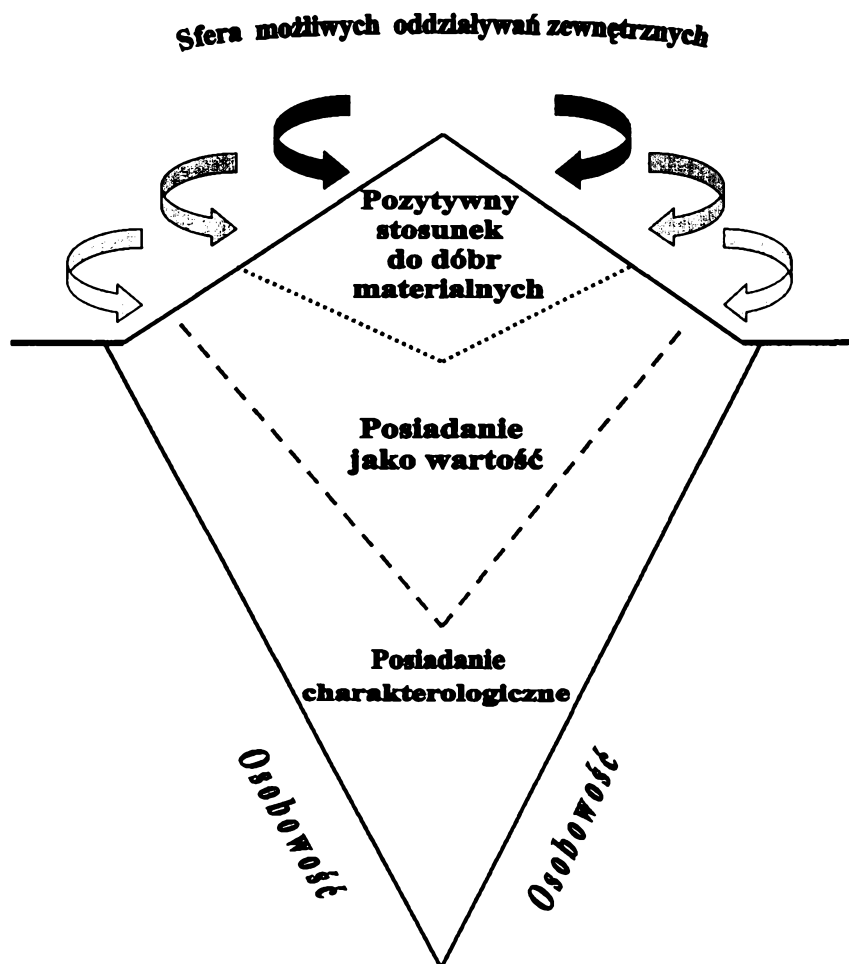
Materializm określany jest w literaturze jako zbiór przekonań, postawa, cecha indywidualna albo zespół zachowań, który może konstytuować określony styl życia (por. FOURNIER, RICHINS, 1991). Nieco inne rozumienie materializmu — ujmowanie go w aspekcie wartości — pojawia się w kontekście kulturowych analiz tego zjawiska (por. INGLEHART, 1977; 1981; 1990; FOX, LEARS, 1983; BOSKI, 1999). Na poziomie indywidualnym jedynie RICHINS i DAWSON (1990; 1992) starają się konceptualizować materializm w kategoriach wartości. Ten sposób konceptualizacji akcentuje wartość, jaką jednostka nadaje gromadzeniu i posiadaniu dóbr materialnych, jako odpowiednią i konieczną drogę osiągania pożądanych ostatecznych stanów rzeczy. Definiują oni istotę materializmu następująco: „[...] jest to wartość, która ukierunkowuje ludzkie wybory i przewodzi w różnych sytuacjach, włącznie, ale nie jedynie, z areną konsumpcji. W odniesieniu do konsumpcji materializm będzie wpływał na rodzaj i ilość kupowanych dóbr. Poza konsumpcją, materializm będzie wpływał na alokację różnych zasobów, w tym czasu. Materialista, dla przykładu, może chcieć pracować dłużej i zarobić pieniądze zamiast spożytkować ten czas na odpoczynek” (RICHINS, DAWSON, 1992: 307). Uważają, że materializm obejmuje trzy istotne, powiązane ze sobą zjawiska. Pierwsze z nich to centralność posiadania — rzeczy i ich zdobywanie zajmują wyróżnione miejsce w życiu jednostki. Kolejne zjawisko odnosi się do traktowania posiadania jako źródła szczęścia — dobra materialne są spostrzegane jako konieczne do osiągnięcia satysfakcji i dobrostanu. W końcu również sukces i osiągnięcia życiowe są definiowane głównie poprzez posiadanie dóbr materialnych. Materializm równa się zatem stawianiu posiadania w wyróżnionym miejscu hierarchii wartości i tym samym uczynieniu z niego istotnego kryterium wyboru kierunku oraz rodzaju aktywności człowieka (por. TOMASZEWSKI, 1978). W takim sensie w literaturze pojawia się pojęcie wartości materialnych (por. np. SIKORSKA, 1998) jako wyznacznika indywidualnych decyzji i działań.

Kontrowersje, jakie budzą rozważania nad pozytywnymi i negatywnymi aspektami materializmu, każą przypuszczać, że jest to zjawisko wielowymia-

rowe i wieloaspektowe, którego nie da się zamknąć w ramach jednego konstruktu teoretycznego, choćby tak pojemnego, jak wartości. Podjęta przeze mnie próba konsolidacji stanowisk różnych autorów odnoszących się do natury materializmu pozwoliła mi na opracowanie pewnego teoretycznego modelu tego zjawiska, który zakłada nakładanie się kilku warstw materializmu. Warstwy te wrastają stopniowo w siebie, zmieniając się nie tylko w aspekcie ilościowym (materializm o mniejszym lub większym nasileniu), ale równocześnie w aspekcie jakościowym — materializm na każdym z poziomów ma inny charakter i coraz bardziej zagłębia się w osobowościową tkankę. Model zakłada, że najbardziej powierzchniową warstwę stanowi materializm w sensie postawy, czyli stosunku do gromadzenia i posiadania dóbr materialnych, zawierający w sobie zarówno komponenty poznawcze, jak i emocjonalno-oceniające, a także wynikające z nich tendencje behawioralne. Druga warstwa materializmu odnosi się do traktowania gromadzenia i posiadania dóbr materialnych jako wartości. Trzecią warstwę materializmu — najgłębszą — tworzy materializm sięgający korzeniami do Frommowskiego *modus* posiadania, rozumianego jako generalne receptywne nastawienie do świata zewnętrznego (por. REYKOWSKI, 1990). Powierzchniowy materializm funkcjonalny, wyrażający się w coraz pozytywniejszym stosunku do dóbr materialnych, wykorzystywanych jako narzędzie do realizacji różnych celów, stopniowo przechodzi na poziom wartości, które zaczynają zajmować coraz bardziej wyróżnione miejsce w całej hierarchii, aby w końcu wrosnąć w mechanizmy regulacyjne jednostki jako ogólna orientacja życiowa, wyrażająca się w formie materializmu charakterologicznego (terminalnego). Graficzny model materializmu przedstawiony został na schemacie 3.1.

Warstwa powierzchniowa to — w przybliżeniu — materializm instrumentalny, funkcjonalny lub materializm typu *HDL*. Uważam, że najlepiej w tym kontekście mówić o materializmie funkcjonalnym albo o postawie lub stosunku do dóbr materialnych. Polega on na uznaniu, że dobra mogą pełnić w życiu człowieka zróżnicowane funkcje — od czysto utylitarnych po symboliczne (por. rozdział 2.). Mogą być narzędziami — w sensie wypełniania funkcji instrumentalnych, ale mogą również służyć jako symbole, tym samym zyskując przydatność w szeroko rozumianej komunikacji społecznej i interpersonalnej. Postawy z natury swojej są stopniowalne, czyli mogą mieć różne natężenie — w pełni odnosi się to do postaw wobec posiadania i dóbr materialnych. Ludzie w różnym stopniu uznają przydatność tych dóbr do zaspokajania ich indywidualnych potrzeb oraz do realizacji założonych celów. Wynika z tego, że postawa może zawierać całe *spectrum* przekonań na temat przydatności dóbr materialnych — poczynwszy od przekonania, że dobra materialne wypełniają funkcje jedynie utylitarne, zaspokajając podstawowe potrzeby, poprzez przekonanie, że dobra są mniej lub bardziej dominującym narzędziem zaspokajania pozamaterialnych potrzeb oraz narzędziem w komunikacji i wymianie

## Model materializmu



społecznej, po przeświadczeniu, że praktycznie nie ma alternatywy i dobra materialne stanowią jedyny instrument, za pomocą którego można zrealizować swoje cele życiowe, zapewnić sobie psychologiczny komfort i szczęście oraz określić się pośród innych ludzi. W tym momencie materializm funkcjonalny, który ma naturę postawy, zbliża się do granicy, po przekroczeniu której posiadanie dóbr materialnych staje się celem samym w sobie.

W warstwie środkowej posiadanie dóbr materialnych rozumiane jest jako wartość. Ten poziom materializmu nazwać można materializmem aksjologicznym. Wartości są rodzajem przekonań o charakterze preskryptywnym i proskryptywnym, określających przedmiot przekonań jako pożądany lub niepożądany. Milton ROKEACH (1973: 5) określa wartości jako „trwałe przekonanie,

że określony sposób postępowania lub ostateczny stan egzystencji jest osobiście lub społecznie preferowany w stosunku do alternatywnego sposobu postępowania lub ostatecznego stanu egzystencji.” Znaczy to, że na poziomie aksjologicznym posiadanie dóbr materialnych stanowi względnie niezależny od kontekstu sytuacyjnego wyznacznik zachowań. Posiadanie traci zatem swoją instrumentalność i koncentruje się na środkach, które umożliwiłyby posiadanie coraz większej ilości coraz to innych rzeczy. W konsekwencji gromadzenie rzeczy może wypełnić życie człowieka do tego stopnia, że nie ma on czasu, by zrobić cokolwiek innego, nawet tych rzeczy używać. Kiedy człowiek osiąga taki punkt, adaptacyjna (instrumentalna) funkcja przedmiotu zostaje odwrócona: narzędzie zamienia swego pana w swego niewolnika (LINDER, 1970). Przykładowo, na poziomie funkcjonalnym dobra materialne są po to, by ich posiadacz zapewnił sobie satysfakcjonujące kontakty z innymi ludźmi, na poziomie aksjologicznym natomiast satysfakcjonujące kontakty z innymi ludźmi mogą być traktowane jako narzędzie uzyskania dostępu do pożądanych dóbr.

Wartości tworzą hierarchiczne systemy (por. ROKEACH, 1973; SCHWARTZ, 1992). Położenie posiadania jako wartości w całym systemie odróżnia ludzi od siebie. Im bardziej wyróżniona i centralna jest wartość posiadania, tym większą ma moc regulacyjną w stosunku do zachowań i tym większą wykazuje odporność na zmiany. Tym samym posiadanie coraz bardziej się zakorzenia w mechanizmach regulacyjnych jednostki, by w końcu osiągnąć poziom najgłębszy — posiadania charakterologicznego.

Materializm charakterologiczny (terminalny) to ogólne nastawienie na „mieć” (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; FROMM, 1995; MARCEL, 1986). W materializmie charakterologicznym świat traktowany jest jako zbiór obiektów, które należy posiąść, pochłonać, przywłaszczyć. W ten sposób traktowane są rzeczy, ludzie, idee, wiedza itp. Jest to więc rodzaj generalnej orientacji osobowościowej. W tradycji Freudowskiej określić ją można jako charakter analny, czyli fiksację na agresywnej, eksploatatywnej receptywności, właściwej osobom, które swoją energię życiową koncentrują na pełnym uporze i determinacji zagarnianiu rzeczy, oszczędzaniu pieniędzy, porządkowaniu świata wokół siebie według sztywnych reguł i zasad (por. BELK, 1985; FROMM, 1995). Philip CUSHMAN (1990/1992), na równi z Erichem Frommem, traktuje tę orientację jako patologiczny produkt społeczeństwa konsumpcyjnego. Cushmanowskie „puste Ja” — doświadczające chronicznego, niezróżnicowanego głodu emocjonalnego, wynikającego z braku oparcia we wspólnocie i tradycji oraz z utraty indywidualnych przekonań i wartości — to nic innego, jak Ja zdominowane przez ten właśnie rodzaj materializmu. Jest to *vacuum*, które wobec doświadczenia niekompletności oraz braku miłości domaga się wypełnienia i dlatego wchłania wszystko — nie tylko rzeczy, ale również zdarzenia i ludzi. Ludziom z „pustym Ja” wydaje się, że rozwiążą



swój dylemat egzystencjalny oraz odsunąć od siebie poczucie pustki i braku miłości poprzez intensywną konsumpcję dóbr materialnych. Właśnie w przypadku materializmu charakterologicznego najbardziej wyrazisty staje się mechanizm uzależnienia od posiadania i dobrobytu, w którym usilne szukanie satysfakcji poprzez zawładnięcie obiektów zewnętrznych, w tym materialnych, wyzwala mechanizm sprzężeń zwrotnych, oparty na podwójnej motywacji: dążenie — unikanie. Dążenie opiera się na satysfakcji z posiadania, mającej swe źródła w doświadczaniu przyjemności na poziomie fizjologicznym i psychologicznym. Unikanie wynika z percepcji kosztów konsumpcji i doświadczania braku zaspokojenia najistotniejszych potrzeb poprzez posiadanie dóbr materialnych (por. ADAMIEC, KULIK, 1993).

Spośród istniejących w literaturze koncepcji materializmu ujęcie BELKA (1984; 1985) lokuje się najbliżej pojęcia materializmu charakterologicznego. Belk podejmuje próbę uchwycenia sedna materializmu poprzez jego możliwe składowe. Ogólny poziom materializmu określany jest jako ich kombinacja. Tymi składowymi są:

- zaborczość (*possessiveness*): silna tendencja do zagarnięcia jak największej ilości rzeczy i zawładnięcia nimi; towarzyszy jej lęk przed utratą dóbr i pragnienie, by sprawować nad nimi jak najściślejszą kontrolę;
- niechęć do dzielenia się z innymi (*nongenerosity*): brak motywacji do dawania, pożyczania albo współużytkowania pewnych rzeczy; cecha ta ewoluje również w kierunku negatywnej postawy wobec działań dobroczynnych;
- zawiść (*envy*): negatywne odczucia pojawiające się w odpowiedzi na czyjaś wyższość, szczęście, sukces oraz posiadanie rzeczy materialnych; osoba zawiistna czuje się osobiście poniżona przez fakt, że ktoś inny posiada pożądaną przez nią rzecz, zwłaszcza jeśli uważa posiadacza za mniej wartościowego od siebie.

Opisane składowe stanowią łatwe do zoperacjonalizowania przejawy materializmu. Belk wychodzi bowiem z założenia, że wewnętrznie uznawana ważność posiadania przekłada się na stany emocjonalne oraz powiązane z nimi określone zachowania względem rzeczy i ludzi.

Materializm — w każdej z opisanych warstw — pociąga za sobą podejmowanie przez jednostkę określonych decyzji i wyborów oraz specyficznie ukierunkowanej aktywności. Różnice w zachowaniu jednostek, których relacje z dobrami materialnymi osadzone są w poszczególnych warstwach, uwidocznić można poprzez analizę tezy stwierdzającej, że wzrost produktywności jednostki, a tym samym zasobu zarabianych przez nią pieniędzy i liczby posiadanych rzeczy paradoksalnie redukuje czas wolny, jaki dana osoba ma do własnej dyspozycji (LINDER, 1970). Dzieje się tak z trzech powodów. Po pierwsze — jeśli czas pracy tej osoby jest wysoko opłacany ze względu na jej kwalifikacje, wiedzę, doświadczenie itp., — innymi słowy — produktywność, to

relatywnie traci ona bardzo wiele, nie pracując. W pewnym momencie wydaje się, że odpoczynek jest ekstrawaganckim wyrzucaniem pieniędzy, jeśli uświadomimy sobie, ile taka osoba mogłaby w tym czasie zarobić. Po drugie — im więcej posiada się rzeczy, tym więcej czasu potrzeba na to, by je „konsumować”. Po trzecie — im więcej dóbr materialnych posiada się i konsumuje, tym więcej czasu i wysiłku trzeba poświęcić na to, by je utrzymywać w odpowiedniej kondycji.

Jednakże sformułowana powyżej zależność odnosi się przede wszystkim do ludzi, dla których pieniądze i rzeczy materialne są ważne z powodów pozautilitarnych. Na poziomie materializmu funkcjonalnego teza ta nie znajdzie potwierdzenia. Z perspektywy materializmu funkcjonalnego bowiem rzeczy są po to, by za ich pomocą osiągać inne cele i zaspokajać potrzeby w zaawansowany technologicznie sposób. Produktywna jednostka, która jest w stanie zarobić dużo pieniędzy, wykorzysta je prawdopodobnie tak, by potrzebny jej czas wolny został wykorzystany w sposób jak najbardziej atrakcyjny. Nasuwa się tutaj przykład stylu życia młodych specjalistów — informatyków, którzy szukają intratnych kontraktów, a następnie pracują nad ich realizacją bardzo intensywnie, powiedzmy przez rok. W rezultacie zarabiają dużo pieniędzy, które pozwalają im kolejny rok spędzić w taki sposób, jaki uważają za najbardziej dla siebie satysfakcjonujący, np. podróżując lub uprawiając ulubiony sport. Po czym znowu przeglądają oferty, by znaleźć kolejny kontrakt. Wydaje się, że powinna stosować się do nich teza Lindera, biorąc pod uwagę kwoty, na jakie wyceniana jest godzina ich pracy. W praktyce jednakże pieniądze służą tylko samorealizacji, podobnie jak dobra materialne, które umożliwiają pożądaną aktywność. Są one ważne tak długo i w takim zakresie, jak długo pomagają w realizacji poświadanych form aktywności i stylu życia.

Na poziomie materializmu aksjologicznego sytuacja się zmienia. Jeśli bowiem posiadanie jest wartością, to rezygnacja z powiększania stanu posiadania wydaje się działaniem wbrew tejże wartości. W kontekście wartości teza Lindera rzeczywiście znajduje zatem potwierdzenie. Co się jednak stanie, jeśli uznamy, że wartością jest sama praca i produktywność, a nie konsumpcja? Mamy tutaj do czynienia z paradoksem purytańskiego kapitalizmu, który w warstwie etycznej przyznawał pracy status wartości naczelnej, natomiast nie akceptował konsumpcji ponad poziom czysto utilitarny (por. rozdział 1.). W takiej sytuacji produktywność na pewno ograniczać będzie czas wolny, natomiast sama konsumpcja — nie.

Na poziomie materializmu charakterologicznego prawdopodobnie wystąpiłby skrajny przypadek ograniczenia czasu wolnego, ponieważ zarówno praca, która wiąże się z dużymi korzyściami materialnymi, jak i konsumpcja wysuwają się na plan pierwszy. Pieniądze i rzeczy, wypełniające Ja swojego posiadacza, wymagają pomnażania oraz starań o to, by jak najefektywniej

je konsumować, a także o to, by „moje” utrzymywane było w jak najlepszej kondycji.

Przedstawiony warstwowy model materializmu jest propozycją czysto teoretyczną, wypływającą z analizy prac innych autorów, starających się wyjaśnić istotę tego zjawiska w kontekście współczesnej zachodniej kultury konsumpcji. Wymaga on niewątpliwie empirycznej weryfikacji. Wydaje się jednakże, że w dostatecznie klarowny sposób wyjaśnia i godzi różne stanowiska odnoszące się do istoty materializmu.

## 3.2. Posiadanie a poczucie szczęścia i satysfakcji życiowej

### 3.2.1. Czy dobrobyt materialny daje szczęście?

*Pieniądze szczęścia nie dają.*

*Ale Ty to sprawdź!*

(slogan reklamowy)

Materializm — jako zjawisko rozpatrywane zarówno na poziomie indywidualnym, jak i społecznym — w swych głębszych warstwach odnosi się do „pożądanych stanów ostatecznych”, czyli takich celów samych w sobie, których osiągnięcie nadaje kierunek wszelkiej aktywności człowieka. Owymi celami są szczęście i satysfakcja życiowa (por. BELK, 1984; 1985; CAMBELL, 1981; FOURNIER, RICHINS, 1991; RICHINS, 1987; RICHINS, DAWSON, 1992). Trzeba zatem zadać pytanie, czy posiadanie dóbr materialnych jest warunkiem satysfakcji życiowej oraz — patrząc na problem pod innym kątem — czy ludzie, którzy lokują posiadanie dóbr materialnych w centrum swojego życia, są szczęśliwi.

Wbrew potocznym opiniom, że „pieniądze szczęścia nie dają”, okazuje się, iż stosunkowo często ich posiadanie przyczynia się do podniesienia poziomu ogólnej satysfakcji życiowej. Jednakże obraz związków pomiędzy poziomem dochodów i satysfakcją życiową, nie jest tak prosty i jednoznaczny, jakby to mogło wynikać z potocznych przekonań. Jest on zdecydowanie krzywo liniowy: posiadane pieniądze znacząco wpływają na poczucie szczęścia osób z niskimi dochodami — wzrost dochodu w ich przypadku wyraźnie przyczynia się do wzrostu satysfakcji życiowej; natomiast przy średnich dochodach krzywa się wyrównuje (por. FURNHAM, ARGYLE, 1998; DIENER, SANDVIK, SEIDLITZ, DIENER, 1993). Nie są to wyniki zaskakujące, biorąc pod uwagę fakt, że już w 1738 r. Bernoulli stwierdził, że subiektywna wartość bogactwa nie zwiększa

się wraz ze wzrostem posiadanych zasobów materialnych, a przeciwnie — każdy kolejny „dukat” w coraz mniejszym stopniu przyczynia się do poczucia dobrostanu (por. LEA, TARPY, WEBLEY, 1987). Ekonomisci określają to zjawisko mianem obniżającej się użyteczności pieniędzy, które stają się subiektywnie mniej istotne przy wysokim poziomie dochodów. Zofia RATAJCZAK (1993), rozpatrując problem związków pomiędzy jakością życia a ponoszonymi przez jednostki kosztami psychologicznymi, stwierdza, że optimum satysfakcji życiowej i minimum kosztów daje się osiągnąć w sytuacji, gdy deficyt potrzebnych do życia zasobów jest niewielki i stopniowo przechodzi w umiarkowany nadmiar. Jeśli natomiast zarówno deficyt, jak i nadmiar przekraczają średni poziom, to jakość życia zdecydowanie maleje.

Związek pomiędzy dochodami i poczuciem satysfakcji życiowej jest o wiele silniejszy w krajach uboższych niż w krajach bogatych o rozwiniętej gospodarce rynkowej (por. DIENER, DIENER, 1995). Odnosi się to również do polskiej rzeczywistości ekonomicznej, w której u progu przeobrażeń rynkowych na początku 1992 r. stwierdzono właśnie taką zależność (KULIK, 1993). Poziom dochodów i poczucie szczęścia wiążą się ze sobą silnie również w tych krajach, w których występuje duże zróżnicowanie w dochodach pomiędzy jednostkami i grupami społecznymi, np. w Brazylii i Indiach (por. VEENHOFEN, 1994).

Jednakże wielu niezbyt zamożnych ludzi uważa się za szczęśliwych, a równocześnie wielu zamożnych szczęśliwymi nie jest. Ma to związek z oczywistym faktem, iż nie można wyjaśnić satysfakcji życiowej, odwołując się wyłącznie do bezwzględnego poziomu dochodów i zamożności. Już większy wpływ na poziom satysfakcji ma nagła zmiana w zakresie dochodów i zamożności, choć i w tym przypadku efekty są w zasadzie krótkoterminowe, o czym świadczą wyniki badań przeprowadzonych wśród zwycięzców loterii liczbowych (por. SMITH, RAZZELL, 1975).

Poziom satysfakcji związany z materialnym standardem życia, czyli doświadczenie dobrobytu zależy od kombinacji kilku czynników. Pierwszym z nich jest zasób posiadanych środków finansowych, którymi dana osoba może dysponować, drugim — dostęp do dóbr i możliwość ich swobodnego nabywania. Kolejny czynnik wiąże się z poczuciem bezpieczeństwa finansowego, które determinowane jest posiadanymi aktywami w postaci rzeczy materialnych oraz indywidualnych zdolności i możliwości, gwarantujących utrzymanie bądź polepszenie materialnego standardu życia. Ostatni czynnik to poczucie finansowej niezależności, czyli wolności, umożliwiającej jednostce dokonywanie swobodnych wyborów w obrębie określonego systemu finansowego (GROENLAND, 1989).

Innym czynnikiem wpływającym na poziom szczęścia jest efekt porównań własnej sytuacji teraz i w przeszłości oraz sytuacji materialnej własnej i innych ludzi (MICHALOS, 1985; ANDREWS, WHITNEY, 1976). Analiza ogólnego poziomu

szczęścia w krajach odmiennych ze względu na zróżnicowanie dochodów ich obywateli, uwidacznia korelację pomiędzy szczęściem a nierównością dochodów wynoszące — 0,45 (VEENHOFEN, 1994). Poziom satysfakcji jest zatem istotnie większy tam, gdzie występuje mniejsze zróżnicowanie dochodów. W takiej sytuacji ludzie prawdopodobnie nie widzą powodu do braku satysfakcji, ponieważ możliwe do osiągnięcia cele, określone względem grupy odniesienia, znajdują się w ich zasięgu i nie ma innych wzorców w postaci dużo lepszego poziomu życia lub odmiennego stylu życia, które stanowiłyby obiekt pożądania.

Jednakże poziom ogólnej satysfakcji życiowej oraz poczucie szczęścia nie mogą być kojarzone z poziomem dochodów czy statusem materialnym. Jest to zapewne jeden z korelatów poczucia szczęścia, niekoniecznie najważniejszy. CAMBELL (1981) wymienia aż 12 sfer życia, które determinują doświadczenie dobrostanu i satysfakcji życiowej. Są to takie obszary, jak: małżeństwo i życie rodzinne, przyjaźń, stosunki sąsiedzkie, praca, edukacja, zdrowie, zadowolenie z siebie, a wreszcie materialny standard życia i stan posiadania. Dużo istotniejszymi determinantami szczęścia i satysfakcji życiowej niż zasoby finansowe i materialne są również takie czynniki, jak: zasób wolnego czasu i sposób wykorzystania go, charakter relacji międzyludzkich, satysfakcja zawodowa, pozytywne wydarzenia życiowe (FURNHAM, ARGYLE, 1998). Satysfakcja z kontaktów społecznych i szczęśliwe życie rodzinne mają większe znaczenie dla ogólnej satysfakcji życiowej, zwłaszcza w krajach zamożnych o wysokim poziomie rozwoju gospodarczego, niż zadowolenie z własnej sytuacji materialnej (DIENER, DIENER, 1995). W Polsce, kraju niezbyt zamożnym, w którym ludzie borykają się z niejasną i nieustabilizowaną sytuacją ekonomiczną, za jeden z podstawowych „warunków udanego życia” uznaje się jednak ciągle osiągnięcie odpowiedniego materialnego standardu i zdobycie określonych dóbr materialnych, głównie domu lub mieszkania i samochodu (SIKORSKA, 1998).

Mówiąc o poczuciu dobrostanu czy dobrobytu materialnego, satysfakcji życiowej czy poczuciu szczęścia, trzeba również wziąć pod uwagę indywidualne różnice w zakresie sposobu doświadczania i rozumienia świata. Sposób konceptualizacji zdarzeń, sytuacji i doświadczeń życiowych wpływa na to, w jakim stopniu ludzie pojmują istotę dobrobytu oraz doświadczają szczęścia i satysfakcji życiowej. Różne osoby znajdujące się w podobnych warunkach ekonomicznych mogą odmiennie ujmować wyznaczniki dobrostanu i szczęścia, a tym samym odmiennie przeżywać względny niedostatek, bogactwo lub zmiany we własnych zasobach materialnych (por. CAMBELL, 1981; CANTRIL, 1965; ANDREWS, WHITNEY, 1976; CZAPIŃSKI, 1991; RATAJCZAK, 1993).

Podsumowując zatem, można stwierdzić, że pieniądze nie gwarantują szczęścia w sposób bezpośredni, jednakże — zwłaszcza tam, gdzie ich brak, zarówno w kieszeni pojedynczych osób, porównujących się z innymi, jak i na poziomie

całego społeczeństwa — stają się istotnym korelatem tego szczęścia. Niezaspokojenie bowiem podstawowych potrzeb z powodu ograniczeń materialnych nie pozwala na realizację innych ważnych celów życiowych i obniża generalny poziom satysfakcji, zwłaszcza wtedy, kiedy inni członkowie tej samej społeczności nie doświadczają tych ograniczeń. Tam natomiast, gdzie nie trzeba zmagać się z trudnościami materialnymi, gdzie zaspokojenie potrzeb podstawowych na przyzwoitym poziomie, porównywalnym z poziomem zaspokojenia potrzeb innych członków danej społeczności, jest niekwestionowane, gdzie ludzie mają poczucie materialnego dobrobytu, co innego staje się wyznacznikiem życiowej satysfakcji.

### 3.2.2. Czy materialści są szczęśliwi?

Przeprowadzona analiza nie uwzględnia jednakże faktu, który jest motywem przewodnim niniejszego rozdziału, a mianowicie tego, że ludzie różnią się od siebie ze względu na ważność, jaką przykładają do posiadanych dóbr i zasobów materialnych — różnią się poziomem materializmu. Czy zatem materialści są szczęśliwi? Odpowiedź na to pytanie, jaka wyłania się z literatury, jest jednoznaczna — materialści szczęśliwi nie są (por. DITTMAR, 1992). Osoby, które stawiają sukces finansowy w centrum swoich celów życiowych, przejawiają niższy poziom dobrostanu (*well-being*) i samorealizacji, a wyższy — depresji i lęku niż inni (KASSER, RYAN, 1993). Materialści po dokonaniu zakupu, zamiast doświadczać pozytywnych emocji w związku z nabytkiem, jeszcze przez kilka tygodni przeżywają złość, rozczarowanie i poczucie winy (RICHINS, DAWSON, 1990; 1992). Uzależnienie od posiadania powoduje, że nabycie każdej nowej rzeczy staje się źródłem przyjemności, ale równocześnie pociąga za sobą doświadczenie depresji i rozpacz (ADAMIEC, KULIK, 1993).

Powody, dla których materialści nie potrafią być szczęśliwi pośród zgromadzonych przez siebie dóbr, wyjaśniane są najczęściej w kategoriach rozbudowanych oczekiwań (por. RICHINS, DAWSON, 1990; 1992; KASSER, RYAN, 1993; FURNHAM, ARGYLE, 1998). Materialści, stawiając dobra materialne i pieniądze w centrum swojego życia, są przekonani, że za ich pomocą będą w stanie osiągnąć inne ważne cele lub to, do czego ostatecznie dążą, czyli szczęście, prestiż społeczny, satysfakcję życiową, wzmocnienie poczucia własnej wartości. Nadają rzeczom niemal magiczną moc i siłę rozwiązywania prawie wszystkich problemów. Przykładając takie standardy i oczekiwania do rzeczy materialnych, skazani są na nieustanne rozczarowanie i niezaspokojenie. Żaden przedmiot bowiem nie jest w stanie sięgnąć „ideału”, który stworzyły w swoich umysłach materialistycznie nastawione jednostki. Przedmiot, którego stają się posiadaczami, powinien być perfekcyjny, aby spełnił swoją funkcję

w zaspokajaniu ich potrzeb. Jeśli jednak potrzeby nie zostaną zaspokojone, bo w istocie żaden przedmiot nie jest w stanie zastąpić np. miłości i bliskości w relacji z drugą osobą, odrzucają go i poszukują następnego. Grant McCracken (1986) mówi w tym kontekście o „oddalającym się ideale”. Materialistom wydaje się, że już prawie osiągnęli szczęście, kupując kolejny obiekt materialny, lecz w istocie szczęśliwi nie są, więc znowu kierują się w stronę „ideału”, który znowu odsunął się od nich. Jak pokazują w swoim modelu uzależnienia od dobrobytu Marek ADAMIEC i Ryszard KULIK (1993), stan niezaspokojonej potrzeby, np. miłości czy szacunku do samego siebie i poczucie przygnębienia, przez materialistów jest redukowane za pomocą dóbr, motywuje do kupowania coraz to nowych rzeczy. Rzeczy te w pierwszej chwili likwidują napięcie związane ze wzbudzoną potrzebą, dostarczają przyjemności, stają się nawet źródłem satysfakcji i dumy. Są to jednakże satysfakcje krótkotrwałe, ponieważ istotna potrzeba w dalszym ciągu nie zostaje zaspokojona — pojawia się rozczarowanie tym, że produkt nie jest idealny, a na dodatek jego nabywcy doświadczają skutków ubocznych zakupu, takich np. jak poczucie winy z powodu straty czasu, pieniędzy i zmarnowanego wysiłku, lęk przed oceną ze strony innych. Pojawia się zatem napięcie, które wymaga zredukowania, a ponieważ osoby uzależnione od konsumpcji nie potrafią w inny sposób niż poprzez kupowanie redukować tego napięcia, angażują się w następny cykl zachowań, które motywowane są przez pozostające ze sobą w konflikcie dążenie i unikanie, przyjemność i przykrość.

Materialiści są nieszczęśliwi niezależnie od tego, jak głęboko w ich osobowości tkwi to nastawienie. Na poziomie materializmu aksjologicznego i charakterologicznego nie ma co do tego wątpliwości w świetle opisanych mechanizmów. Jeśli posiadanie jest wyróżnioną wartością, to jej realizacja wymagać będzie posiadania coraz większej ilości dóbr, co musi stanowić niewyczerpane źródło braku satysfakcji. Jeśli posiadanie jest generalnym nastawieniem osobowościowym i warunkiem redukcji pustki, niepewności, lęku i zagubienia, to pogon za oddalającym się ideałem zawsze będzie pełna frustracji i rozpacz. Nawet na poziomie materializmu funkcjonalnego, jeśli ludzie wierzą zbyt mocno w to, że dobra materialne jako multifunkcjonalne pozwolą im osiągnąć wszystkie cele i zrealizować wszystkie zamierzenia, to niechybnie narażeni są na rozczarowanie. Jeśli ludzie tylko „używają” dóbr po to, by osiągnąć inne cele, to posiadanie rzeczy materialnych może stać się źródłem zadowolenia i satysfakcji. W tym przypadku jednakże satysfakcja nie dotyczy samego posiadania dóbr, ale rozciąga się na dążenie do zamierzonego pozamaterialnego celu. Dopiero osiągnięcie tego celu może stać się wyznacznikiem szczęścia. Jeśli jednak dobra materialne uznaje się za jedyne narzędzie realizacji zamierzeń, to ich posiadaczom grozi rozczarowanie, wynikające z pogoni za oddalającym się standardem. Przykładowo, jeśli nabycie samochodu, poza niewątpliwymi korzyściami utylitarnymi, ma podnieść również prestiż spo-

łeczny właściciela (bo wynika to z przyjętego w danej społeczności kodu komunikacyjnego, który dana osoba zna i akceptuje) i tym samym wzmocnić jego poczucie własnej wartości, to samochód ten rzeczywiście może cieszyć, ale tylko przy założeniu, że właściciel nie traktuje go jako jedyne go wyznacznika prestiżu i poczucia własnej wartości, ponieważ posiada świadomość innych wyznaczników, które może wykorzystać (np. przekonanie o własnych kompetencjach w jakiejś dziedzinie). Jeśli natomiast jest to wyznacznik jedyny, bardzo szybko okazać się może, że nie jest on idealny — bo np. kolega ma model z lepszym wyposażeniem albo producent wprowadza właśnie na rynek nowszą wersję, co nieuchronnie doprowadzi do rozczarowania i dysatisfakcji.

Rozpatrując związek posiadania pieniędzy i dóbr materialnych z poczuciem szczęścia, zwykle zakładano, że rzeczy i pieniądze wpływają lub nie na to, czy człowiek jest szczęśliwy. Tymczasem może się okazać, że zależność ta ma odwrotny kierunek. Janusz CZAPIŃSKI (1991), analizując zagadnienie szczęścia, stwierdził, że ludzie są w stanie być szczęśliwi niezależnie od tego, jak im się powodzi i w jakim kierunku — pozytywnym czy negatywnym — rozwijają się zdarzenia, w jakie są uwikłani. Poczucie szczęścia zależy od głęboko osadzonego w mechanizmach regulacyjnych rdzenia, będącego wyznacznikiem celowej aktywności człowieka. Możliwe zatem, że nie jest tak, że ludzie są nieszczęśliwi, ponieważ są materialistami, ale raczej tak, że ludzie są materialistami, ponieważ są nieszczęśliwi. Wracamy tu do problemu „pustego Ja”, które z natury rzeczy jest nieszczęśliwe, szuka więc wypełnienia — i tym samym szczęścia — poprzez gromadzenie dóbr i ich konsumpcję. Potrzeby „pustego Ja” rosną jednak szybciej niż możliwości ich zaspokojenia, toteż potrzebuje ono coraz więcej, coraz to innych rzeczy. „Wszyscy marzą o małym domku i wielkiej miłości, a kończy się na wielkim domu i małej miłości” — powiedziała Maria Czubaszek w jednej z radiowych audycji, stwierdzeniem tym trafiając w sedno materialistycznych problemów ze szczęściem.

„Człowiek jest bogaty proporcjonalnie do zasobu rzeczy, które jest w stanie za sobą pozostawić” — pisze Henry David Thoreau w „Walden”. Problem ludzi zorientowanych na dobra materialne polega na tym, że nie potrafią się uwolnić od balastu rzeczy — tych, które zgromadzili, oraz tych, które jeszcze chcieliby mieć, i poszukać źródeł satysfakcji w innych dziedzinach życia. Oczywiście, nie ułatwia im tego kultura, w której żyją, a która — zwłaszcza poprzez reklamę — przekazuje „jedyne” wzorce szczęścia, sukcesu i samorealizacji, urzeczywistniające się wyłącznie poprzez posiadanie i gromadzenie odpowiednich pod względem marki czy jakości dóbr materialnych (por. LEISS, KLINE, JHALLY, 1990; McCracken, 1986; GÓRNIK-DUROSE, 1997; 2001b).



### 3.3. Diagnoza materializmu: Problemy metodologiczne

#### 3.3.1. Przegląd narzędzi do badania materializmu

Materializm definiowany jako przypisywanie szczególnej wartości posiadaniu dóbr i zasobów materialnych jest pojęciem wieloznacznym i wielowymiarowym. Kontrowersje wiążące się z konceptualizacją pojęcia materializmu oddziałują bezpośrednio na trudności z jego operacjonalizacją, tzn. na znalezienie empirycznych kategorii, za pomocą których materializm można mierzyć. Jak sugerują RICHINS i DAWSON (1992), wśród badaczy tego zjawiska można wyróżnić dwa podejścia. Jedno sprowadza się do wnioskowania o poziomie materializmu na podstawie pomiaru innych konstruktów; drugie zmierza do bezpośredniego pomiaru materializmu przy zastosowaniu metodologii właściwej badaniu postaw.

Badacze, którzy skłaniają się ku wnioskowaniu o poziomie materializmu z innych konstruktów, za punkt wyjścia uznają np. pragnienia i wizje własnej przyszłości zawodowej, wyrażane przez dzieci (DICKINS, FERGUSON, 1957), sposób spostrzegania świata społecznego i samego siebie (JUSTICE, BIRKMAN, 1972), charakter motywacji (BURDSAL, 1975), w tym motywacji osiągnąć (JACKSON, AHMED, HEAPY, 1976), cele i wartości (BENGSTON, LOVEJOY, 1973; INGLEHART, 1981) oraz określone właściwości osobowości (BELK, 1984; 1985) i specyfikę zachowań konsumenckich (BELK, 1985). Badanie materializmu zgodnie z podejściem metodologicznym opartym na skali Likerta polega natomiast na ustosunkowaniu się do pewnych twierdzeń, które autorzy uznają za relewantne do tego zjawiska (CAMBELL, 1969; WACKMAN, REALE, WARD, 1972; MOSCHIS, CHURCHILL, 1978; DE YOUNG, 1985; RICHINS, 1987; HESLIN, JOHNSON, BLAKE, 1989; RICHINS, DAWSON, 1990; 1992).

Spośród różnorodnych narzędzi stosowanych do pomiaru materializmu przez różnych autorów szerszym zainteresowaniem badaczy cieszą się dwa narzędzia, których tworzenie podporządkowane zostało pewnym rygorom psychometrycznym, co pozwala na ocenę ich trafności i rzetelności. Pierwszym z tych narzędzi jest skala materializmu Russella W. BELKA (1984; 1985), drugim — skala stworzona przez RICHINS i DAWSONA (1990; 1992), która jest prawdopodobnie najczęściej stosowaną i najrzetelniejszą — jak dotychczas — metodą badania materializmu.

**Skala materializmu Belka** składa się z 24 stwierdzeń, które rozkładają się w obrębie trzech podskal odnoszących się do takich osobowościowych właściwości, jak: zaborczość, niechęć do dzielenia się z innymi oraz zawiść. Suma wyników uzyskanych z tych trzech podskal daje ogólny wskaźnik mate-

rializmu. Według danych BELKA (1985) wskaźnik rzetelności test — retest dla całej skali w przeprowadzonych przez niego badaniach wyniósł 0,68; dla zaborczości — 0,87; niechęci do dzielenia się — 0,64; zawiści — 0,70. Rzetelność całej skali mierzona za pomocą współczynnika  $\alpha$  Cronbacha osiągnęła wartość 0,66 dla próby 338 osób oraz 0,73 dla próby 48 studentów biznesu. Jednakże rzetelność narzędzia Belka w badaniach przeprowadzonych przez innych autorów budzi spore zastrzeżenia. Jak podają RICHINS i DAWSON (1992) w 12 niezależnych badaniach, w których wykorzystano skalę Belka i sprawdzano jej rzetelność, wartość  $\alpha$  Cronbacha dla poszczególnych podskal wahała się od 0,09 [sic!] do 0,81 z medianą w punkcie 0,54. W przypadku ogólnego wskaźnika materializmu, będącego sumą wyników z trzech podskal, mediana wyniosła 0,62. Przytoczone dane świadczą o braku konsystencji w odniesieniu do rzetelności skali Belka. Stosunkowo niskie jej wartości uzyskiwane w poszczególnych badaniach stanowią poważne ograniczenie i nakazują ostrożność przy jej stosowaniu.

**Skala materializmu Richins i Dawsona** — autorzy tej skali wychodzą z założenia, że materializm to konstelacja postaw odnoszących się do ważności posiadania i gromadzenia rzeczy. Posiadanie i gromadzenie zasobów oraz dóbr materialnych to dla materialistów pierwszoplanowe cele, które wyznaczają drogę życiową. W konkluzji autorzy stwierdzają, że materializm stanowi wartość, która organizuje życie osób, uznających ją za podstawową (RICHINS, DAWSON, 1992). Podtrzymując przekonanie o trafności konceptualizacji materializmu jako wartości, Richins i Dawson operacjonalizują w końcu materializm w kategoriach przekonań na temat ważności posiadania dóbr. Przekonania te odnoszą się do trzech obszarów: centralności posiadania w życiu jednostki, roli posiadania w odniesieniu do poczucia szczęścia oraz roli posiadania jako czynnika definiującego sukces.

Ostateczna skala materializmu składa się z 18 stwierdzeń wyselekcjonowanych spośród ponad 120 wyjściowych. Eksploracyjna analiza czynnikowa przeprowadzona na wcześniejszych wersjach skali z większą liczbą stwierdzeń pozwoliła autorom wyodrębnić wymienione powyżej trzy czynniki. Zasadność posługiwania się skalą o trójczynnikowej strukturze leżącej u podstaw latentnego konstrukt, jakim jest materializm, potwierdzona została w konfirmacyjnej analizie czynnikowej.

Rzetelność całej skali materializmu i jej poszczególnych podskal mierzona współczynnikiem  $\alpha$  Cronbacha w trzech oddzielnych badaniach opisywanych przez autorów wyniosła: dla całej skali 0,80—0,88; dla stwierdzeń odnoszących się do centralności posiadania 0,71—0,75; dla stwierdzeń z podskali szczęścia 0,73—0,83; dla stwierdzeń, składających się na podskalę sukcesu 0,74—0,78. Wskaźniki rzetelności test — retest przedstawiały się natomiast następująco:

0,82 — dla podskali centralności posiadania; 0,86 — dla podskali szczęścia; 0,82 — dla podskali sukcesu; 0,87 — dla całej skali materializmu.

Rozkład wyników dla całej skali materializmu i poszczególnych podskal był zbliżony do normalnego we wszystkich opisywanych badaniach (skośność: od -0,07 do 0,67; kurtoza: od 0,00 do 1,01). Korelacje ze zmiennymi demograficznymi, takimi jak: płeć, stan cywilny, wykształcenie, dochody, były niewielkie i nieistotne. Jedynie w przypadku wieku ujawniła się tendencja sugerująca, że w drugiej połowie życia następuje obniżenie poziomu materializmu. Jest to wynik konsystentny z wynikami uzyskanymi również przez BELKA (1985).

**Inne metody mierzące materializm i konstrukty pokrewne.** Jeszcze jeden, stosunkowo szerzej znany, sposób badania materializmu wiąże się z koncepcją wartości materialistycznych i postmaterialistycznych RONALDA INGLESHTA (1977; 1981; 1990). Zgodnie z założeniami tej koncepcji materialści cenią bezpieczeństwo i dobrobyt, stabilną sytuację ekonomiczną, porządek i prawo. Natomiast postmaterialistyczne wartości koncentrują się wokół samoaktualizacji, przynależności do pewnego układu społecznego, autoekspresji i sceptycyzmu co do wygórowanych ambicji, rozwiniętych technologii oraz tradycyjnych instytucji. Miarą tendencji materialistycznych bądź postmaterialistycznych jest to, w jaki sposób dana osoba ranguje 12 celów społecznych. Możliwość stosowania tej metody jest ograniczona. Podstawowy problem wiążący się z jej wykorzystaniem polega na tym, że wyróżnione cele są dalekie od konsumenckich doświadczeń przeciętnego człowieka. Ponadto metoda ta nie pozwala na mierzenie siły obydwu tendencji, ponieważ bazuje na skali porządkowej — na co zwracają uwagę RICHINS i DAWSON (1992). Odnosi się ona przede wszystkim do politycznych aspektów funkcjonowania społeczeństwa, a nie do stosunku do posiadania dóbr materialnych. Wydaje się, że pomimo zastosowania pojęć „materializm” i „postmaterializm” chodzi tu o cele i wartości konserwatywne versus liberalne albo modernistyczne versus postmodernistyczne.

Konstruktem zbliżonym do materializmu lub stosunku do dóbr materialnych — lecz nie tożsamym — jest postawa wobec pieniędzy. Skale do badania tej postawy — w literaturze anglojęzycznej określane mianem *Money Ethic Scales* — ukierunkowane są na funkcje, jakie zasoby finansowe mogą spełniać w życiu człowieka. W ostatnim dziesięcioleciu różni badacze z różnych krajów testowali wartość skali MES autorstwa Thomasa Li-Pinga Tanga, który z uporem i samozaparciem rozwija swoje narzędzie, starając się znaleźć jak najbardziej satysfakcjonujący i dogłębnie wyjaśniający zagadnienie stosunku do pieniędzy układ stwierdzeń oraz czynników leżących u podłoża postaw wobec pieniędzy w ich wymiarze kognitywnym, afektywnym i behawioralnym. Jak dotąd skala Tanga prezentowana była w wersji z 30, 12, 6 lub

15 stwierdzeniami (TANG, 1992; 1995; TANG, LUNA-AROCAS, 1999). Została zastosowana na próbie amerykańskiej, brytyjskiej, macedońskiej, hiszpańskiej, singapurskiej i tajwańskiej (wskazówki bibliograficzne — LUNA-AROCAS, TANG, 2001). Wskaźniki rzetelności odnoszące się do *MES* są zwykle żądowalające i lokują się wokół wartości  $\alpha = 0,80$ . Nie jest to jednakże skala do badania materializmu *per se*.

Począwszy od początku lat siedemdziesiątych, w literaturze pojawiło się wiele innych skal mierzących postawy wobec pieniędzy (YAMAUCHI, TEMPLER, 1982; BAILEY, LOWN, 1993; GRESHAM, FONTENOT, 1989; FURNHAM, 1984). Przegląd tych narzędzi zawiera praca FURNHAMA i ARGYLE'A (1998). W polskiej literaturze na uwagę zasługuje praca Jarosława GÓRNIKA (2000), w sposób szczególnie dogłębny i metodologicznie zaawansowany analizująca różne aspekty postaw Polaków wobec pieniędzy. Z uwagi na to, że zastosowana w tej analizie bateria skal daleko wykracza poza obszar zagadnień odnoszących się do postaw wobec posiadanych dóbr materialnych, koncentrując się na takich sprawach, jak stosunek do oszczędzania, zadłużania się, tezauryzacji, nie ma ona bezpośredniego przełożenia na problemy będące przedmiotem zainteresowania w niniejszej pracy. Wydaje się, że postawy wobec posiadanych dóbr mogłyby stanowić ważne uzupełnienie postaw wobec pieniędzy i dysponowania nimi, które autor analizuje w aspekcie jednoznacznie socjologicznym, a nie psychologicznym.

### 3.3.2. Skala do badania stosunku do dóbr materialnych (*SDM*)

Alternatywą opisanych powyżej skal do badania materializmu jest skonstruowana na potrzeby niniejszej pracy skala *SDM*. Mierzy ona postawę wobec posiadania dóbr materialnych. Chodzi tu o pozytywny bądź negatywny stosunek jednostki wobec gromadzenia dóbr oraz subiektywną ważność posiadania zasobów materialnych dla jednostki, wynikającą ze spostrzegania zasobów materialnych jako wypełniających wiele różnorodnych funkcji w codziennym życiu. Skala ta ma na celu badanie materializmu funkcjonalnego, zgodnie z zaproponowanym powyżej modelem materializmu. Uważam, że badanie materializmu rozumianego w kategoriach wartości, czyli materializmu aksjologicznego oraz materializmu charakterologicznego, wymaga innego rodzaju metod.

Inspiracją do stworzenia skali *SDM* była skala materializmu skonstruowana przez RICHINS i DAWSONA (1992). Autorzy ci, choć deklarują, że konceptualizują materializm w kategoriach wartości, w rzeczywistości operacjonalizują ten konstrukt wyrażnie w kategoriach postawy i dodatkowo akcentują jej kognitywny komponent, zaznaczając, iż jest to zespół przekonań. Tego typu operacjonalizacja zgadza się więc z moim myśleniem o „naskórkowej”

— funkcjonalnej — warstwie materializmu jako o postawie wobec dóbr materialnych. Skala Richins i Dawsona została więc przetłumaczona na język polski w celu wykorzystania jej w badaniach, po czym dokonano zwrotnego tłumaczenia, które sugerowało konieczność dokonania zmian, przystosowujących narzędzie do polskich warunków. Tak zmodyfikowana skala posłużyła mi do badania materializmu wśród młodzieży (GÓRNIK-DUROSE, 1993). Jednakże zastosowanie jej w badaniach na polskiej populacji uwidoczniło — po pierwsze — nieprzekładalność pewnych kategorii kulturowych, które stanowiły podstawę wyjściowej amerykańskiej wersji; po drugie — rzetelność skali w badaniach na populacji polskich studentów była stosunkowo niska ( $\alpha$  Cronbacha wyniosła zaledwie 0,59), a ponadto trójczynnikowa struktura skali nie odzwierciedliła się w wynikach polskiej próby. Pojawiła się zatem potrzeba skonstruowania podobnego narzędzia dostosowanego do polskiej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej i kulturowej, o lepszych właściwościach psychometrycznych.

Skala *SDM* została opracowana zgodnie z procedurą tworzenia skal do badania postaw Likerta (por. BRZEZIŃSKI, 1978). Wstępna selekcja baterii stwierdzeń (około 150 wyjściowych stwierdzeń), pochodzących z badań pilotażowych, w których zbierano opinie odzwierciedlające różne aspekty stosunku do dóbr materialnych i posiadania, oraz zapożyczonych ze skali Richins i Dawsona<sup>1</sup>, pozwoliła na wyodrębnienie 26 stwierdzeń. Zostały one poddane dalszej szczegółowej analizie. Odzwierciedlały trzy podstawowe komponenty postaw — kognitywny, emocjonalny oraz behawioralny. Spośród 26 stwierdzeń wyraźnie wyodrębniło się 5, które już w trakcie przeprowadzania wstępnych badań weryfikacyjnych traktowane były jako podskala — podskala dysponowania zasobami. Wskaźnik rzetelności tejże podskali wyniósł jedynie 0,61. Niezadowolająca była również trafność treściowa oraz moc dyskryminacyjna poszczególnych jej stwierdzeń. W związku z tym zdecydowano się usunąć podskalę dysponowania zasobami z ostatecznej wersji skali *SDM*. Z tego samego powodu wykluczono ze skali podstawowej jeszcze jedno stwierdzenie, wyraźnie nie różnicujące badanych.

Ostateczna wersja skali *SDM* składa się z 20 stwierdzeń. Na arkuszu są one umieszczone w przypadkowej kolejności. Do każdego stwierdzenia dołączona jest 7-stopniowa skala, w której „1” znaczy, że dane twierdzenie absolutnie nie odnosi się do osoby badanej, a „7” — że doskonale ją określa, całkowicie się do niej odnosi. Ostateczny wynik stanowi sumę oszacowań z poszczególnych pozycji skali; im jest ona wyższa, tym bardziej pozytywny jest stosunek do dóbr materialnych, które spostrzegane są i wykorzystywane

---

<sup>1</sup> Ze skali tej zapożyczono 11 stwierdzeń z 18 oryginalnych; są to w *SDM* stwierdzenia: 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 11, 17, 19, 20. Warto dodać, że pokrywały się one ze stwierdzeniami uzyskanymi w badaniach pilotażowych.

w różnych funkcjach do różnych celów. Teoretyczny zakres wyników wynosi 20—140. Pełny tekst skali umieszczony został w załączniku.

Skalę *SDM* przebadano ogółem 914 osób w ramach szerszych badań. Cztery grupy dobierane były warstwowo:  $N_1 = 176$  (kobiety i mężczyźni w wieku od 19 do 84 lat; wykształcenie: 17,1% — podstawowe i zawodowe, 47,6% — średnie, 34,7% — pomaturalne i wyższe);  $N_2 = 117$  (studenci ekonomii i filozofii w wieku 20 i 24 lat);  $N_3 = 58$  (pary mężczyzn w wieku 19—55 lat; jedną połowę stanowili więźniowie skazani za przestępstwa przeciw mieniu, drugą połowę — mężczyźni nie mający problemów z wymiarem sprawiedliwości);  $N_4 = 121$  (profesjonaliści z wyższym wykształceniem — lekarze, prawnicy i księża, w wieku 30—50 lat). Pozostałe trzy grupy tworzyli studenci różnych wydziałów Uniwersytetu Śląskiego:  $N_5 = 52$ ,  $N_6 = 151$ ,  $N_7 = 239$ .

Wskaźnik stabilności bezwzględnej test — retest wyniósł 0,73 ( $p < 0,0001$ ). Uzyskano go w wyniku badania przeprowadzonego na grupie studentów pedagogiki ( $N = 52$ ) w odstępie dwóch tygodni.

Współczynniki  $\alpha$  Cronbacha dla skali *SDM* oraz współczynniki Spearmana-Browna, będące pochodną korelacji poszczególnych pozycji kwestionariusza z ogólnym wynikiem skali (uboczny produkt badania mocy dyskryminacyjnej pozycji), w poszczególnych podgrupach mieściły się w granicach od 0,83 do 0,93 dla  $\alpha$  Cronbacha oraz od 0,82 do 0,91 dla współczynników Spearmana-Browna; były więc co najmniej zadowalające. Współczynniki rzetelności Guttmana uzyskane w badaniu metodą połówkową również okazały się zadowalające; kształtowały się one w granicach od 0,76 do 0,85.

Skala *SDM* jest skalą jednoczynnikową. Przeprowadzone analizy czynnikowe nie ujawniły przekonujących struktur latentnych, leżących u podstaw badanego konstruktu.

Wyniki skali *SDM* korelują w istotny sposób zarówno z wynikami skali Richins i Dawsona, jak i z wynikami skali Belka. Odpowiednie badania przeprowadzono na dwóch grupach studentów. Współczynniki korelacji zamieszczono w tabeli 3.1.

Tabela 3.1

Zestawienie współczynników korelacji Pearsona wyników uzyskanych w badaniu materializmu za pomocą *SDM* i innych narzędzi

	Skala Richins i Dawsona	Skala Belka — wynik ogólny	Zaboreczność	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>N</i>	151	239	239	239	239
Skala <i>SDM</i>	0,69*	0,60*	0,30*	0,35*	0,52*

\* Korelacja istotna na poziomie 0,05

We wszystkich przypadkach uzyskano istotne statystycznie korelacje dodatnie. Były one jednak stosunkowo niskie, zwłaszcza w przypadku dwóch składowych materializmu w ujęciu Belka — zaborczości i niechęci do dzielenia się. Nie podważa to jednak trafności skali, tym bardziej że — szczególnie w przypadku skali Belka — jej własna rzetelność budzi poważne zastrzeżenia. Cel badania korelacji pomiędzy różnymi narzędziami był inny. Chodziło o skonfrontowanie wyników pomiarów pozornie tego samego konstrukt, przeprowadzonych za pomocą różnych metod. Uzyskane niezbyt wysokie korelacje mogą wynikać z tego, iż skala Richins i Dawsona oraz skala Belka mierzą w istocie inne aspekty (warstwy) materializmu, co założono w prezentowanym trójwarstwowym modelu materializmu.

Skala *SDM* została wykorzystana w moich badaniach, prezentowanych w kolejnych rozdziałach.

## **4. Dobra materialne w funkcji ochrony i wzmacniania Ja**

### **4.1. Kompensacyjna funkcja dóbr materialnych**

#### **4.1.1. Ramy teoretyczne**

W poprzednim rozdziale przedstawiono dowody na to, że posiadanie dóbr materialnych traktowane jest jako jeden z wyznaczników satysfakcji życiowej i szczęścia, zwłaszcza w marzeniach osób, które tymi dobrami nie dysponują, albo w wyobrażeniach osób, które posiadaniu dóbr nadają szczególnie ważne znaczenie. Przewijające się w literaturze założenie, że dobra materialne mają silny związek z obrazem samego siebie, znajdujące swój najpełniejszy wyraz w koncepcji „poszerzonego Ja” BELKA (1988b), skłania do zastanowienia, czy samoocena i samoakceptacja mogą zależeć od posiadania. Innymi słowy — czy posiadanie dóbr materialnych może służyć jako swoiste „koło ratunkowe” w przypadku zagrożenia obrazu samego siebie w sytuacjach naruszających samoocenę.

Mihaly Csikszentmihalyi i Eugene Rochberg-Halton sądzą, że dobra materialne rzeczywiście są wykorzystywane do ochrony Ja. Piszą m.in. tak: „Poprzez całkowite uzależnienie się od gospodarki rynkowej staliśmy się podatni na lęki, które staramy się zagłuszyć poprzez rozwijanie coraz kosztowniejszych symbolicznych demonstracji naszej autonomii i mocy. Dobra materialne służą do pacyfikowania wyindukowanej przez nas samych bezradności” (CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981: 230). Jest to jednakże bardziej refleksja niż uzasadnione empirycznie stanowisko.

Niestety, badania bezpośrednio odnoszące się do tego problemu są stosunkowo nieliczne. Ich wyniki sugerują, że wysokość wynagrodzenia za pracę istotnie koreluje z samooceną, ale tylko wtedy, kiedy wynagrodzeniu, a nie



samej pracy przypisywano dominującą wartość (ROSENBERG, PERLIN, 1978). Z kolei niski poziom samooceny wyraźnie skłania do kompulsywnego kupowania rzeczy i wiary w to, że posiadanie pieniędzy ma symboliczną moc podnoszenia poczucia własnej wartości (HANLEY, WILHELM, 1992), natomiast obniżony nastrój i niska samoocena wiążą się z tendencją do impulsywnego kupowania (O'GUINN, FABER, 1989).

Dowodów na pełnienie przez dobra materialne funkcji ochronnej i kompensacyjnej w odniesieniu do własnego Ja dostarczają także badania wywodzące się z teorii, symbolicznego dopełniania siebie (*symbolic self-completion theory*), sformułowanej przez Roberta A. WICKLUNDA i Petera M. GOLLWITZERA (1982), oraz z teorii rozbieżności Ja (*self-discrepancy theory*) E. Tory'ego HIGGINSA (1987), mających już ustaloną pozycję w literaturze z zakresu psychologii Ja.

#### 4.1.2. Symboliczne dopełnianie siebie przez rzeczy materialne

WICKLUND i GOLLWITZER (1982) wychodzą z założenia, że wśród właściwości charakteryzujących poszczególnych ludzi znajdują się pewne cechy, które ludzie ci uznają za szczególnie ważne dla samookreślenia. Aby utrzymać stosunkowo trwały i stabilny obraz samego siebie, ludzie wykorzystują wiele różnorodnych wskaźników, potwierdzających istnienie tych ważnych właściwości. Jeśli dana osoba dysponuje wystarczającym repertuarem satysfakcjonujących ją wskaźników własnej tożsamości, to nie poszukuje wskaźników dodatkowych. W sytuacji braku satysfakcjonujących i dostatecznie wyrazistych wskaźników pojawia się tendencja do poszukiwania ich w najróżniejszych obszarach aktywności. Taką rolę mogą odgrywać posiadane przez jednostkę dyplomy, nagrody i wyróżnienia lub fotografie z ważnymi osobami, jak również zasób zgromadzonych dóbr materialnych — dom i jego wyposażenie, samochód itp., które — w społecznym odbiorze — stają się komunikatami o indywidualnych i społecznych właściwościach ich posiadacza.

Kiedy jednostka spostrzega pewne luki w obrazie samego siebie, ma wątpliwości lub zbyt słabe podstawy, by sądzić, że jest osobą wyposażoną w pewne atrybuty, zdolności i możliwości, eksponowanie posiadania określonych rzeczy może być wykorzystywane jako strategia kompensowania spostrzeganych braków i niedoskonałości w koncepcji oraz obrazie samego siebie. Niepełna struktura Ja domaga się uzupełnienia, a przedmiot materialny może stać się elementem domykającym całość. Posiadanie określonego przedmiotu stanowi uzupełnienie własnego Ja. Jeśli ludzie wątpią w istnienie u siebie pewnych pożądanых cech, to będą mieli tendencję do podkreślania ich poprzez materialne symbole. Proces ten nosi nazwę symbolicznego dopełniania siebie (*symbolic self-completion*). Autorzy demonstrują ten proces na przykładzie studen-

tów biznesu, którzy nie dysponowali silnymi przesłankami odniesienia w biznesie sukcesu, chociażby przez to, że mieli trudności z uzyskaniem odpowiednich kwalifikacji. Studenci ci jednakże mieli tendencje do eksponowania pewnych materialnych wskaźników przynależności do „kasty biznesmenów”, takich jak drogie zegarki odpowiednich marek, aktówki i markowe garnitury, w dużo większym stopniu i zakresie niż ich koledzy z lepszymi rokowaniami co do kariery w biznesie.

BRAUN i WICKLUND (1989) w kolejnych badaniach opartych na teorii symbolicznego dopełniania siebie wskazują, że istnieje wyraźny związek pomiędzy brakiem doświadczenia i kompetencji w różnych dziedzinach życia a nadużywaniem materialnych symboli tegoż doświadczenia i kompetencji. Obserwowani przez autorów studenci pierwszego roku mieli tendencję do kupowania wielu przedmiotów jednoznacznie zaświadczających o ich statusie studenta. Tendencja ta zanikła wśród studentów starszych lat studiów. Z kolei studenci prawa nadawali większe znaczenie materialnej otoczce swojej zawodowej tożsamości (np. sposób ubierania się) niż praktykujący prawnicy z doświadczeniem i ustaloną pozycją zawodową. Badacze zwracają jednak uwagę, że opisana prawidłowość odnosiła się tylko do osób, które były rzeczywiście i mocno zaangażowane w to, co robią bądź zamierzają robić w przyszłości.

Oparte na koncepcji symbolicznego dopełniania siebie badania Jamesa K. BEGGANA (1991) koncentrowały się na wybranym aspekcie obrazu samego siebie, jakim jest potrzeba kontroli. Autor wykazał, że w sytuacji deprywacji potrzeby kontroli osoby, dla których kontrola nad otoczeniem była niezmierznie ważna, kompensowały jej utratę, przeceniając rolę posiadanych przez siebie dóbr jako narzędzi kontroli. Ich zdaniem właśnie rzeczy, które posiadają, dają im kontrolę nad otoczeniem. Przekonanie to przyczyniło się do utrzymania ich funkcjonowania na odpowiednim poziomie oraz zabezpieczało przed dezorganizacją obrazu samego siebie i swojej aktywności. Jeśli nawet dawało im jedynie iluzję kontroli, to i tak spełniało ważną funkcję obronną i przystosowawczą.

Symboliczne dopełnianie siebie jest w znacznej mierze intraindywidualnym procesem kognitywnym. Jednostka potrzebuje symbolicznych wskaźników kompletności obrazu samego siebie. Jednakże proces ten ma również charakter społeczny — symboliczne dopełnienie siebie zyskuje sens o tyle, o ile jednostka czuje potrzebę przekazywania innym tego spójnego obrazu. Kod, w jakim wyraża się własne Ja, musi być więc zrozumiały dla innych. Tworzące ten kod symbole muszą być rozpoznawane jako relewantne oraz znaczące dla określenia i wyrażenia danych aspektów koncepcji samego siebie. Według autorów teorii symbolicznego dopełniania siebie do tego celu mogą być wykorzystywane przedmioty materialne. Przyznają oni tym przedmiotom status symboli, za pomocą których odbywa się komunikacja. Nawet na pozio-

mie wyłącznie intraindywidualnym proces dopełniania siebie dokonuje się za pomocą symboli. Komunikacja jedynie z samym sobą też wymaga posługiwania się symbolami, co do których jednostka ma pewność, że oznaczają dokładnie to, co chce, by oznaczały, i co sama chce włączyć w zakres własnego Ja. Rzeczy materialne w prosty sposób układają się w zrozumiałe i stosunkowo jednoznaczny kod komunikacyjny, wyrastający z kultury określonej grupy lub większej społeczności.

#### **4.1.3. Redukcja rozbieżności w koncepcji Ja poprzez nabywanie dóbr materialnych**

Drugą teorią, która okazała się inspirująca dla badaczy zjawisk konsumpcji i roli posiadania rzeczy materialnych w relacji do własnego Ja, jest teoria rozbieżności Ja HIGGINSA (1987). Stanowi ona cenny wkład w wiedzę na temat funkcjonowania Ja poprzez systematyzację źródeł potencjalnych napięć w zakresie Ja i towarzyszących im emocji. Autor tej teorii zwraca uwagę, że różne obszary Ja mogą pozostawać ze sobą w konflikcie, co bezsprzecznie prowadzi do doświadczania dyskomfortu i negatywnych emocji. Rodzaj tych emocji zależy od źródła napięcia. Porządkując różne aspekty Ja, o których piszą w swoich pracach inni badacze, Higgins wyróżnia trzy obszary Ja: Ja realne, Ja idealne i Ja powinnościowe, oraz dwie perspektywy, z których Ja jest analizowane: własną oraz znaczących innych. Tym sposobem powstaje sześć kategorii Ja, z których dwie — Ja realne z perspektywy własnej i Ja realne z perspektywy znaczących innych — składają się na pojęcie Ja (*self-concept*), natomiast pozostałe cztery kategorie są ukierunkowaniem Ja (*self-guides*). Zgodnie z podstawowym założeniem teorii rozbieżności w koncepcji Ja najbardziej satysfakcjonująca sytuacja występuje wtedy, kiedy pojęcie Ja zostaje dopasowane do ukierunkowań Ja. Jednakże pomiędzy pojęciami Ja i ukierunkowaniami Ja może dochodzić do rozbieżności. Rozbieżność pomiędzy Ja realnym i Ja idealnym z własnej perspektywy rodzi sytuację, w której wobec braku pozytywnych wyników pojawiają się emocje typu przygnębienie, rozczarowanie, smutek i frustracja; rozbieżność pomiędzy Ja realnym i Ja powinnościowym — z własnej perspektywy — wywołuje poczucie winy i moralnej niedoskonałości, natomiast z perspektywy znaczących innych — lęk, wstyd i poczucie zagrożenia.

Śledzenie rozbieżności w koncepcji Ja w kontekście zachowań konsumenckich okazało się obiecującym punktem wyjścia do analizy zachowań ludzi w sytuacji zakupu i podejmowania decyzji o zakupie. Poprzedzono ją wyróżnieniem pewnych obszarów Ja, w których rozbieżności te mogą się pojawić. Poprzedzono na badaniu rozbieżności w koncepcji Ja w odniesieniu do Ja realnego i Ja idealnego. Proszono badanych, by określili na czterostopniowych

skalach, czy są zadowoleni z tego, jacy są pod względem narzuconych im i ogólnie zdefiniowanych kategorii odnoszących się do Ja, takich jak: właściwości intelektualne, fizyczne, uroda, cechy społeczne, osobiste, emocjonalne i socjoekonomiczne (LUNA-AROCAS, 2001). I tak np. Dittmar ze swoimi współpracownikami (DITTMAR, BEATTIE, FRIESE, 1995) stwierdziła, że osoby z rozbieżnością w koncepcji Ja w sferze emocjonalnej mają tendencje do dokonywania wielu zakupów impulsywnych. Odnosi się to szczególnie do impulsywnego kupowania ubrań, co koresponduje także wyraźnie z rozbieżnością w tej części koncepcji Ja, która związana jest z fizycznością i urodą. Z badań Roberta LUNY-AROCASA (2001) wynikają podobne wnioski — istnienie dużych rozbieżności w koncepcji Ja wiąże się z tendencją do impulsywnego kupowania, zwłaszcza modnych produktów, przede wszystkim ubrań, oraz równocześnie akceptowania zaciągania kredytów jako sposobu zdobywania funduszy na konsumpcję. Rozbieżności w koncepcji Ja stoją w jawnej opozycji do przekonania, że konsumpcja poprawia standard życia jednostki.

Z badań tych wynika więc, że rzeczy materialne mogą stanowić „koło ratunkowe” dla pojęcia Ja, jeśli rozbieżności w jego obrębie oraz towarzyszące im emocje są nie do zaakceptowania i domagają się zredukowania. Radzenie sobie z tymi rozbieżnościami i emocjami niekoniecznie musi dokonywać się poprzez nabywanie i konsumpcję dóbr materialnych. Jednakże w ramach społeczeństw nastawionych na konsumpcję wydaje się, że jest to droga najbardziej dostępna i najłatwiejsza, co sugeruje zarówno mechanizm wypełniania „pustego Ja” (por. CUSHMAN, 1990/1992), jak i mechanizm uzależniania się od dobrobytu (por. ADAMIEC, KULIK, 1993).

#### **4.1.4. Afirmacja siebie poprzez posiadane dobra — podejście alternatywne**

Dowody potwierdzające słuszność teorii symbolicznego dopełniania siebie w odniesieniu do uzupełniania obrazu Ja poprzez określone rzeczy materialne budzą jednakże pewne wątpliwości. Chodzi mianowicie o to, że istnienie deficytów w obrazie Ja zakładane jest przez autorów „intuicyjnie”, a nie bezpośrednio „mierzone”. Z problemem tym radzi sobie BEGGAN (1991), koncentrując się na wybranym tylko deficycie w obrębie Ja, który precyzyjnie operacjonalizuje. Podobnie badacze wykorzystujący teorię rozbieżności Ja dokonują pomiaru interesujących ich rozbieżności w koncepcji samego siebie. Ich badania skoncentrowane są głównie na radzeniu sobie z rozbieżnością poprzez impulsywne kupowanie. Czy jednak koncentracja na posiadanych już rzeczach może „ratować” Ja i poczucie własnej wartości wtedy, kiedy jest ono zagrożone z jakichś względów? Badania BEGGANA (1991) sugerują, że tak, ale odnoszą się

one jedynie do zagrożonego poczucia kontroli, kiedy posiadane rzeczy spostrzegane są jako wzmagające kontrolę nad otoczeniem. Co się dzieje w przypadku innych — bardziej zgeneralizowanych — zagrożeń?

Nasuwa się też pytanie, które jest całkowicie pomijane w analizach relacji: Ja — dobra materialne. Czy dobra materialne mają jakiekolwiek znaczenie dla posiadacza, jeśli jego Ja nie jest zagrożone, a wprost przeciwnie — wzmocnione poprzez komunikaty otoczenia, mówiące o tym, że dana jednostka jest wartościowa i atrakcyjna z różnych względów? Czy w takiej sytuacji dobra materialne schodzą na plan dalszy, ponieważ wzmocnienie Ja w innych obszarach jest ważniejsze i uznawane za bardziej wartościowe?

Perspektywy teoretycznej do dalszych rozważań na temat potencjalnie kompensacyjnej roli posiadania dóbr materialnych dostarcza teoria autoafirmacji (*self-affirmation theory*) Claude'a M. STEELE'a (1988), choć sam autor w ogóle nie odnosi się w niej do dóbr materialnych. Wydaje się ona obiecującym i owocnym podejściem do wyjaśniania sensu posiadania dóbr materialnych — jak dotąd niewykorzystanym w tego typu badaniach.

Steele koncentruje się na sytuacjach, w których Ja jest z jakichś względów zagrożone. Zakłada, iż ludzie mają tendencje do eliminowania dysonansu wywołującego zagrożenie Ja poprzez potwierdzanie wewnętrznej integralności, czemu służy podkreślanie swojej pozycji i kompetencji w dziedzinie, która nie jest bezpośrednio związana z tym zagrożeniem. Wydaje się, że taką dziedziną może być obszar posiadania zasobów materialnych i dysponowania nimi, choć nie ma na to — jak dotąd — empirycznych dowodów.

W sytuacji, w której pojawia się zagrożenie dla Ja — wypływające z informacji zewnętrznych, zachowań innych wobec jednostki, z oceny lub krytyki dokonywanej przez innych, z własnych działań, które są w sprzeczności z postawami lub uznawanymi wartościami, albo z własnej oceny sytuacji — ludzie podejmują szereg zabiegów zmierzających do przywrócenia pozytywnego obrazu samego siebie. Prezentują dużą elastyczność, jeśli chodzi o radzenie sobie z tego typu zagrożeniami. Adaptują się do samych zagrożeń poprzez ich bezpośrednie pomniejszanie lub eliminowanie, poprzez zmiany w percepcji — umniejszające samo zagrożenie albo przekonanie, że narusza ono integralność obrazu samego siebie. Jak twierdzi Steele, możliwa jest jeszcze jedna droga — zamiast prób radzenia sobie z zagrożeniem, podejmowane są behawioralne i kognitywne zabiegi zmierzające bezpośrednio do zgeneralizowanej afirmacji Ja i wzmocnienia wewnętrznej integralności.

W sytuacjach zagrażających dla Ja uruchamia się pewien ogólny system jego ochrony (*ego-protective system*), którego funkcją jest afirmacja siebie jako wartościowej jednostki. Taka afirmacja może dokonywać się w obszarze zupełnie nie związanym z zagrożeniem, w zupełnie nerelevantnym aspekcie Ja. Istnieje zatem pewien uogólniony mechanizm podtrzymywania integralności Ja ukierunkowany na globalną afirmację, a nie na rozwiązywanie party-

kularnych problemów związanych ze specyficznymi pojedynczymi zagrożeniami. Mechanizm ten pokazują Claude M. STEELE i Thomas J. LIU (1983) w swoich badaniach, będących ważnym głosem w dyskusji na temat istoty dysonansu poznawczego i sposobów redukowania go. Badani przez nich studenci mieli znacząco mniejszą tendencję do racjonalizowania swoich niekonsekwentnych z postawami zachowań, jeśli mieli szansę skonfrontowania się z ważnymi dla nich wartościami, nawet gdy wartości te nie były w żaden sposób powiązane z istotą zagrożenia. Zagrożenie koncepcji samego siebie, wynikające z porównań społecznych w dziedzinie istotnej dla pojęcia Ja, było natomiast eliminowane poprzez konfrontację z uznawanymi wartościami moralnymi, co zapobiegło próbom bezpośredniej ochrony samooceny poprzez wpływanie na obniżenie poziomu wykonania zadania przez innych, stanowiących obiekt porównań (TESSER, CORNELL, 1991).

Myślenie o jednym aspekcie Ja może być modyfikowane przez wyraziste myśli na temat innego, nawet nierelevantnego aspektu Ja. W ten sposób możliwe jest bardziej obiektywne spojrzenie na informacje zagrażające oraz ewentualna redukcja zaprzeczania i racjonalizacji jako metod radzenia sobie z zagrożeniem. Afirmacja staje się w takim ujęciu przesłanką obiektywizmu w ostatecznym rozwiązywaniu problemu, który wywołał zagrożenie Ja.

Dotychczas przedstawione tezy teorii autoafirmacji — zdaniem STEELE'A (1988) — mają solidne empiryczne uzasadnienie. Nie do końca wyjaśniony w ramach tej teorii jest jednakże problem mechanizmu i źródeł autoafirmacji. Autor zakłada, że aby afirmacja w sytuacji zagrożenia była efektywna, przywoływane elementy obrazu samego siebie muszą być przynajmniej tak ważne dla przekonania o własnej adekwatności, jak czynnik negatywny w relacji do zagrożenia Ja. Wynika z tego, że jeśli zagrożona jest absolutnie centralna część koncepcji własnej osoby, to trudno znaleźć równie ważny obszar Ja, którego afirmacja pomogłaby wyeliminować poczucie zagrożenia i nieadekwatności. Zagrożenie w jednym obszarze musi być zrównoważone autoafirmacją w obszarze Ja równie istotnym dla globalnego obrazu samego siebie.

Z kolei to, który obszar Ja stanie się źródłem autoafirmacji w danej sytuacji zagrażającej, wydaje się determinowane przez jego dostępność w jednostkowej percepcji, pamięci i wyobraźni. Pośród równie dostępnych źródeł wybór zapewne będzie determinowany przez kalkulację psychologicznych kosztów i zysków. Ludzi ponadto charakteryzuje różny „potencjał afirmacyjny”. Osoby z silnym i stabilnym poczuciem własnej wartości, zwłaszcza w sytuacji, gdy ich uwaga zostanie zwrócona na duży i pozytywny własny potencjał osobowościowy, są mniej skłonne do racjonalizowania swoich decyzji zagrażających poczuciu własnej wartości niż ludzie z niską globalną samoakceptacją; wykazują więc silniejsze tendencje do autoafirmacji i wzmacniania Ja niż do bezpo-

średniego koncentrowania się na przywracaniu konsystencji (STEELE, SPENCER, LYNCH, 1993).

Nie zawsze ludzie dążą do afirmacji swoich pozytywnych charakterystyk. Czasem korzystne jest podkreślenie pewnych właściwości negatywnych po to, aby np. utrzymać przekonanie o kontroli nad sytuacjami (np. „jestem rozrzutna, ale wiem o tym”) albo wyraźniej podkreślić skojarzone z nimi właściwości pozytywne (np. „jestem złośliwa, ale to świadczy o mojej inteligencji”).

Odnosząc ustalenia teorii autoafirmacji do zagadnienia kompensacyjnej funkcji, jaką posiadane dobra materialne mogą pełnić w sytuacji zagrożenia Ja, nasuwa się pytanie o to, czy myślenie o posiadanych rzeczach, ważnych dla jednostki i cenionych przez nią z różnych przyczyn, może stanowić źródło afirmacji. Na postawione pytanie nie można znaleźć bezpośredniej odpowiedzi w przedstawionej teorii. Afirmacyjny potencjał posiadanych dóbr stał się zatem przedmiotem przeprowadzonych przeze mnie badań empirycznych.

## **4.2. Afirmacyjny potencjał dóbr materialnych — badania własne**

### **4.2.1. Problem badań**

Jeśli przyjmiemy za klasykiem psychologii Ja Williamem JAMESEM ([1892] 2002), że posiadanie rzeczy materialnych jest integralnym elementem struktury Ja oraz że dopełnianie Ja może dokonywać się poprzez określone przedmioty (WICKLUND, GOLLWITZER, 1982), będące ważnym elementem obrazu samego siebie, poszerzającym go wydatnie i wzbogacającym (BELK, 1988a; 1988b), to można przypuszczać, że zgromadzone przez jednostkę w sposób intencjonalny i celowy dobra materialne, oceniane przez nią jako cenne i znaczące, powinny jej pomagać w afirmacji Ja w sytuacjach zagrażających samoocenie. Zwrócenie uwagi na te przedmioty powinno wzmacniać poczucie własnej wartości i przywracać naruszoną integralność Ja. Założenie takie wynika bezpośrednio z przedstawionej teorii autoafirmacji.

Jeśli jednak nie mamy do czynienia z zagrożeniem Ja, a wręcz przeciwnie — jednostka otrzymuje pozytywne informacje na temat samego siebie i na temat efektywności podejmowanych przez siebie działań, to czy w takiej sytuacji posiadanie określonych rzeczy będzie miało jakiegokolwiek znaczenie dla pojęcia Ja i samooceny? Pytanie to wychodzi poza ramy nie tylko teorii autoafirmacji, ale także naukowej troski badaczy zajmujących się, z jednej

strony, psychologią Ja, a z drugiej — psychologią materialnego posiadania. Pytanie to jest jednak w dalszym ciągu pytaniem o afirmacyjny aspekt posiadanych rzeczy, ponieważ zwraca uwagę na problem ewaluacji własnego Ja, „poszerzonego” o materialny bagaż, w sytuacji, kiedy istnieją inne, pozamaterialne przesłanki pozytywnej samooceny. Czy zatem w takiej sytuacji już i tak pozytywna samoocena uległaby zmianie pod wpływem myślenia o zgromadzonych zasobach materialnych?

Afirmacyjna moc posiadanych dóbr materialnych niekoniecznie musi ujawnić się w takim samym stopniu w przypadku wszystkich ludzi. Zależać ona może, z jednej strony, od uogólnionego poziomu samooceny i samoakceptacji, z którym wiąże się ogólny potencjał osobowościowy pomagający w afirmacji (por. STEELE, SPENCER, LYNCH, 1993), a z drugiej — od tego, jakie znaczenie i miejsce dobra materialne zajmują w życiu danej osoby. Duża moc afirmacyjna rzeczy materialnych może się ujawnić jedynie w przypadku osób, w których życiu dobra materialne odgrywają główną rolę. Wynika to z jednego z istotnych, choć nie zweryfikowanych empirycznie, założeń teorii afirmacji. Jak podkreśla jej autor, konieczne jest równoważenie zagrożenia poprzez skoncentrowanie się na obszarze Ja, równie ważnym dla globalnej koncepcji samego siebie jak obszar zagrożony (STEELE, 1988). Przede wszystkim albo jedynie dla osób zorientowanych na wartości materialne posiadane dobra mogą mieć znaczenie afirmacyjne. W przypadku osób o słabszym ukierunkowaniu materialistycznym posiadane rzeczy mogą mieć zbyt mały potencjał afirmacyjny, aby pomóc w odbudowywaniu naruszonej integralności Ja lub w jakikolwiek sposób oddziaływać na niezagrożone pojęcie Ja i samoocenę.

Afirmacyjna moc posiadanych dóbr materialnych może być ograniczona przez jeszcze jeden istotny czynnik — satysfakcję z posiadania. Jeśli zgromadzone przez daną osobę rzeczy są dla niej powodem do satysfakcji, czyli jeśli jest ich dostatecznie dużo i dostatecznie dobrych, to mogą one stać się źródłem afirmacji. Jeśli natomiast dana osoba nie jest usatysfakcjonowana tym, co posiada, rzeczy stanowią raczej czynnik pogrążający Ja niż je ratujący. Tak może się stać w przypadku osób z wyraźną orientacją materialistyczną, które najczęściej doświadczają właśnie braku satysfakcji z posiadanych dóbr, podążając za ciągle oddalającym się idealnym standardem materialnego spełnienia (DITTMAR, 1992; RICHINS, DAWSON, 1992; MCCracken, 1986). Jeśli jednak posiadane dobra są rzeczywiście ważne, to osoba, której Ja jest zagrożone albo wzmocnione, będzie myśleć tylko o przedmiotach stanowiących źródło satysfakcji i pozytywnych emocji, a przy tym mogących pomóc w afirmacji globalnego Ja. Takie przypuszczenia opiera się na wynikach uzyskanych przez BEGGANA (1991), który stwierdził, że w przypadku zagrożenia kontroli posiadane rzeczy spostrzegane są jako właśnie dające kontrolę nad otoczeniem.

Przeprowadzone badania miały dostarczyć odpowiedzi na pytanie odnoszące się do tego, czy w sytuacjach, w których Ja zostaje „zaktywowane”



w sensie zagrożenia bądź wzmocnienia, ukierunkowanie myślenia na posiadane dobra materialne będzie miało wpływ na samoocenę, zapobiegając dezintegracji Ja i obniżeniu poczucia własnej wartości w obliczu zagrożenia lub modyfikując — podnosząc bądź obniżając — samoocenę w sytuacji potencjalnie wzmacniającej Ja.

#### 4.2.2. Model badawczy i hipotezy

Przyjęto, że źródła zagrożenia lub wzmocnienia Ja mogą tkwić w dwóch różnych typach sytuacji. Pierwszy typ to sytuacja, w której dana osoba realizuje ważne dla siebie zadanie i osiąga określone rezultaty, drugi — sytuacja, w której ocenie poddana jest jej atrakcyjność interpersonalna. Założono, że zagrożenie Ja pojawi się, jeśli dana osoba osiągnie rezultaty gorsze niż się spodziewała, czyli w sytuacji zadaniowej doświadczy porażki, a w sytuacji interpersonalnej zostanie odrzucona przez grupę. Do wzmocnienia Ja dojdzie zaś wówczas, gdy osiągnięte rezultaty będą przynajmniej nie gorsze od spodziewanych, czyli gdy w sytuacji zadaniowej dana osoba osiągnie sukces, a w sytuacji oceny atrakcyjności interpersonalnej zyska akceptację grupy. Dla pełniejszej kontroli warunków eksperymentalnych wprowadzono także pośredni typ sytuacji, której istotę stanowiła niejednoznaczność. Mogła ona być spostrzegana przez badanych jako połowiczny sukces lub częściowa akceptacja albo jako niepełna porażka lub warunkowe odrzucenie. Za mierzalny efekt aktywacji Ja w poszczególnych sytuacjach przyjęto poziom samooceny.

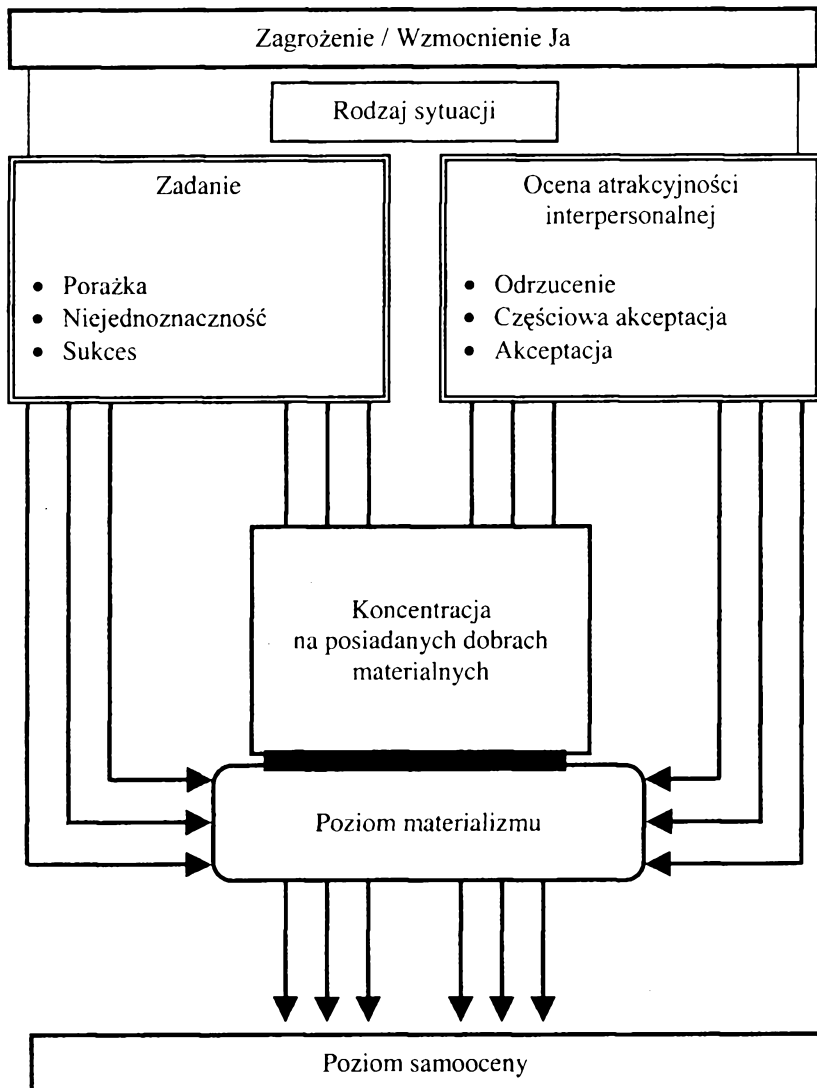
Właściwa manipulacja eksperymentalna polegała na tym, że części badanych — po zapoznaniu się z losowo przydzielonym im opisem sytuacji, a przed pomiarem poziomu samooceny — polecono zająć się zadaniem wymuszającym myślenie o posiadanych przez siebie i uznanych za ważne z różnych względów rzeczach materialnych. U badanych tych sprawdzano również stopień zadowolenia z posiadanych rzeczy oraz ogólny stosunek do dóbr materialnych (poziom materializmu). Grupa kontrolna w tym czasie zajmowała się innymi, rutynowymi czynnościami.

Rozbudowana kontrola warunków eksperymentalnych poprzez wprowadzenie sytuacji niejasności co do odniesionej porażki lub sukcesu oraz sytuacji ewidentnego sukcesu zadaniowego bądź interpersonalnego służyła również do sprawdzenia, czy wahania samooceny mogą być uwarunkowane sytuacyjnie. Poziom samooceny bowiem zwykle jest traktowany jako względnie stała właściwość indywidualna, która wpływa na różne aspekty funkcjonowania jednostki (por. CAMBELL, 1990), bierze ponadto udział w procesie autoafirmacji (STEELE, SPENCER, LYNCH, 1993). Może się on jednak wahać w zależności od sytuacji, ponieważ na to, jakiego rodzaju informacji o sobie dostarcza dana sytuacja, wpływa sposób, w jaki ludzie spostrzegają samych siebie

(por. LEARY, 1999; LEARY, TAMBOR, TERDAL, DOWNS, 1999). Oczywiście, uogólniona samoocena i samoakceptacja ingerują w te sytuacyjnie warunkowane wahania. Jednakże w prezentowanym eksperymencie chodziło przede wszystkim o sprawdzenie, czy myślenie o posiadanych i cenionych przez siebie rzeczach może zmodyfikować wpływy sytuacji zagrażającej koncepcji Ja i poczuciu własnej wartości (zob. schemat 4.1).

Schemat 4.1

Posiadane dobra materialne a zmiany poziomu samooceny w sytuacji zagrożenia lub wzmocnienia Ja — model empiryczny



W teorii autoafirmacji i badaniach na niej opartych o tym, że integralność Ja została przywrócona bądź nienaruszona, wnioskuje się z faktu akceptowania braku konsystencji pomiędzy zachowaniem lub informacją zewnętrzną a przekonaniami i postawami danej osoby, co wyraża się dużo słabszą tendencją do racjonalizacji lub jej brakiem (por. STEELE, LIU, 1983; STEELE, SPENCER, LYNCH, 1993). W prezentowanym eksperymencie zmienną zależną był poziom samooceny, który można potraktować jako dobry bezpośredni wskaźnik integralności Ja.

Zakłada się zatem, że:

- Jeśli posiadanie określonych dóbr materialnych rzeczywiście ma wartość afirmacyjną, to poziom samooceny będzie się istotnie różnił w grupach osób koncentrujących i nie koncentrujących się na posiadanych rzeczach. Zgodnie z teorią autoafirmacji koncentracja taka powinna chronić i wzmacniać samoocenę.
- Efekt wpływu koncentracji na posiadanych rzeczach materialnych na poziom samooceny będzie różny dla osób ze zróżnicowanym poziomem materializmu. Można się spodziewać, że najsilniejszy wpływ wystąpi u osób charakteryzujących się wysokim materializmem.
- Wybór przedmiotów ważnych oraz sposób spostrzegania ich funkcji będzie zmierzać do ochrony lub wzmacniania Ja.

Ogólny model przeprowadzonego eksperymentu przedstawia schemat 4.1.

### 4.2.3. Metody badawcze

**Sytuacje zagrożenia / wzmocnienia Ja** zostały wprowadzone poprzez opis zdarzeń bliskich doświadczeniom osób badanych, aby było im łatwo się z nimi zidentyfikować. W jednej wersji było to ogłoszenie wyników ważnego egzaminu, w drugiej — decyzja o przyłączeniu danej osoby do grupy wyjeżdżającej na atrakcyjną wspólną wakacje. Osoba badana miała za zadanie wyobrazić sobie siebie samą w takiej sytuacji. Aby ułatwić identyfikację, przygotowano dwie wersje opisów — jedną dla kobiet, drugą dla mężczyzn. Różniły się one jedynie formą gramatyczną.

W wersji zadaniowej w sytuacji porażki wynik egzaminu, do którego przystąpiła opisana w zdarzeniu osoba, był negatywny, czego ona zupełnie się nie spodziewała, w sytuacji niejasnej — wynik był pozytywny, ale poniżej oczekiwań zdającego, natomiast w sytuacji sukcesu przedstawiona w opisie osoba osiągnęła wynik najlepszy w całej grupie.

W celu sprawdzenia rozumienia przedstawionej sytuacji przez osobę badaną oraz zweryfikowania jej zgodności z intencjami autorki projektu badań, po przeczytaniu opisu sytuacji uczestnicy badań mieli określić na 7-stopniowej

skali, w jakim stopniu wynik egzaminu — w ich odczuciu — był porażką (cyfra „1” — „druzgocąca”) czy sukcesem (cyfra „7” — „olśniewający”).

W ocenie atrakcyjności interpersonalnej odrzucenie przez grupę sprowadzało się do tego, że po spotkaniu danej osoby z grupą jej członkowie decydowali, iż osoba ta nie jest atrakcyjnym kandydatem na wspólne spędzanie wakacji, bo zupełnie nie pasuje do grupy. W sytuacji częściowej akceptacji kandydata na atrakcyjne wakacje informowano, że są pewne wątpliwości co do jego / jej osoby, więc zostanie umieszczona na „liście rezerwowej” — jeśli będą wolne miejsca, to pojedzie na te wakacje. W końcu w sytuacji pełnej akceptacji informowano kandydata, że grupa jednogłośnie postanowiła włączyć go — z uwagi na jego walory interpersonalne — do grupy wybierającej się na atrakcyjne wakacje. Po zapoznaniu się z opisaną sytuacją osoba badana — podobnie jak w przypadku wersji zadaniowej — miała zaznaczyć na 7-stopniowej skali, jak ocenia wrażenie, jakie wywarła na uczestnikach wyprawy: od zdecydowanie negatywnego (uznali Cię za osobę zupełnie nieatrakcyjną towarzysko), oznaczonego cyfrą „1”, po zdecydowanie pozytywne (uznali Cię za osobę bardzo atrakcyjną towarzysko), oznaczone cyfrą „7”.

Bezpośrednio po przeczytaniu opisu sytuacji osoby badane miały określić, co czułyby, gdyby rzeczywiście znalazły się w takiej sytuacji. Zabieg ten służył wzmocnieniu stopnia identyfikacji z opisanym zdarzeniem. Tę samą funkcję pełniło pytanie o to, jak często badanym przydarzają się podobne sytuacje. Odpowiadając na nie, badani mieli zaznaczyć na skali spostrzeganą subiektywnie częstotliwość. Uzyskany wskaźnik informował o łatwości identyfikowania się z opisem.

**Poziom samooceny** mierzony był za pomocą zmodyfikowanej Skali Samooceny Rosenberga. Punktem wyjścia była skala, na którą składało się 8 stwierdzeń, przetłumaczona przez Janusza CZAPIŃSKIEGO, a wykorzystana w badaniach polskich przez Pawła BOSKIEGO (1992) oraz Romualda DERBISA i Augustyna BANKĘ (1998). W badaniach tych ostatnich autorów skala okazała się zadowalająco rzetelna, na co wskazywał współczynnik  $\alpha$  Cronbacha równy 0,73 oraz współczynnik korelacji międzypołówkowej równy 0,51.

Na potrzeby prezentowanych badań skalę tę zmodyfikowano w ten sposób, że zmieniono formę stwierdzeń tak, by odnosiła się i logicznie wynikała z opisanej sytuacji, np. oryginalne stwierdzenie: ogólnie rzecz biorąc jestem z siebie zadowolony zostało przekształcone na stwierdzenie: byłbym z siebie zadowolony, a stwierdzenie: czasami mam silne poczucie, że jestem beużyteczny zastąpiono stwierdzeniem: miałbym silne poczucie, że jestem beużyteczny. Zmodyfikowana skala nie mierzy więc ogólnej samooceny (samoakceptacji), ale jej stan, będący efektem wpływu określonej sytuacji na jednostkę. Aby uchwycić precyzyjniej różnice w samoakceptacji wywołane przez określone sytuacje, rozszerzono zakres możliwych odpowiedzi — 5-stop-

niowymi skalami zastąpiono oryginalne kategorie „tak” i „nie”. Zmodyfikowana w ten sposób skala osiągnęła w prezentowanych badaniach wskaźnik rzetelności  $\alpha = 0,87$ .

**Koncentracja na posiadanych rzeczach materialnych** była badana za pomocą Kwestionariusza „Rzeczy i ludzie”, będącego zmodyfikowaną wersją narzędzia „Do czego są nam potrzebne dobra materialne”, zastosowanego do diagnozy funkcji posiadanych rzeczy w badaniach opisanych w rozdziale 2. Osoby badane proszono o wskazanie cennych dla nich rzeczy, których są właścicielami lub pełnoprawnymi współużytkownikami, oraz wyjaśnienie do czego im te przedmioty służą i z jakich względów są dla nich cenne. W określeniu funkcji tych dóbr materialnych oraz powodów, dla których mają one dla nich duże znaczenie, pomagały badanym podane kategorie funkcji, do których mieli przyporządkować wymienione uprzednio przez siebie przedmioty. Na etapie analizy wyników zliczano przedmioty w poszczególnych kategoriach i obliczano ich odsetki w stosunku do ogólnej liczby rzeczy wymienianych przez daną osobę. Mierzono również stopień satysfakcji z posiadanych rzeczy na 4-stopniowej skali.

**Poziom materializmu** mierzono za pomocą Skali Stosunku do Dóbr Materialnych (*SDM*), opisanej w rozdziale 3. Wskaźnik rzetelności tej skali w prezentowanych badaniach wyniósł  $\alpha = 0,88$ .

#### 4.2.4. Procedura

Badania przeprowadzane były w trakcie zajęć dydaktycznych. Studentom wyjaśniono, że dotyczą one tego, jak ludzie spostrzegają i przeżywają określone sytuacje. Proszono potencjalnych badanych o zgodę na uczestnictwo w tego typu badaniach. Następnie zaprezentowano im kwestionariusz z opisem jednej z sytuacji. Opisy sytuacji przydzielane były poszczególnym osobom w sposób losowy. W każdej z grup studenckich, w których przeprowadzano badania, rozdzielano mniej więcej taką samą liczbę opisów poszczególnych wersji i sytuacji. Osoby badane proszone były o wyobrażenie sobie samych siebie jako uczestników opisanego zdarzenia. Pomagać im w tym miały dodatkowe pytania zamieszczone pod tekstem. Na tym etapie badani określali również, w jakim stopniu spostrzegają opisaną sytuację na skali: porażka — sukces albo odrzucenie — akceptacja.

Następnie przerywano badanie, tłumacząc ten fakt koniecznością „zakorzenienia się” opisanego zdarzenia w świadomości badanych. Losowo wybrana połowa badanych przystępowała do wypełniania Kwestionariusza „Rzeczy i ludzie” oraz skali *SDM*, koncentrując się w ten sposób na posiadanych przez

siebie rzeczach materialnych, natomiast pozostałe osoby uczestniczyły w stosunkowo rutynowych, mało interesujących i stymulujących zajęciach. Kwestionariusz „Rzeczy i ludzie” przedstawiono jako element zupełnie innego programu badawczego, nie związanego z poprzednim. Fakt, że nie wszyscy go otrzymali, tłumaczono tym, że potrzebna jest mniejsza liczba badanych do realizacji tego dodatkowego programu. Po upływie czasu, jaki potrzebny był na wypełnienie Kwestionariusza „Rzeczy i ludzie”, wszystkim badanym wręczano zmodyfikowaną Skalę Samooceny Rosenberga i polecano powrócić do opisu sytuacji, po czym ustosunkować się do stwierdzeń nowej skali. Na koniec osoby z grupy kontrolnej poproszono o ocenę stwierdzeń skali *SDM*.

#### 4.2.5. Osoby badane

W eksperymencie analizowano dane uzyskane od 426 osób — 284 kobiety i 142 mężczyzn. W badaniach udział wzięli studenci różnych lat i kierunków śląskich uczelni, głównie Uniwersytetu Śląskiego. W badaniach nie uczestniczyli studenci psychologii. Rozkład liczebności badanych w grupach odpowiadających różnym warunkom eksperymentalnym przedstawia tabela 4.1.

Tabela 4.1

**Liczebności podgrup odpowiadających określonym warunkom eksperymentalnym**

Grupa	Wersja	Rodzaj sytuacji	N	Suma
Eksperymentalna	zadanie	porażka	43	127
		niejednoznaczność	40	
		sukces	44	
	ocena atrakcyjności interpersonalnej	odrzućenie	40	122
		częściowa akceptacja	40	
		akceptacja	42	
Kontrolna	zadanie	porażka	34	90
		niejednoznaczność	35	
		sukces	21	
	ocena atrakcyjności interpersonalnej	odrzućenie	32	87
		częściowa akceptacja	30	
		akceptacja	25	
Ogółem			426	

Liczebności brane pod uwagę przy poszczególnych analizach różnią się nieco od podanych powyżej ze względu na występujące braki danych.

## 4.2.6. Efektywność manipulacji

**Rozumienie opisanych sytuacji przez badanych.** Zgodnie z oczekiwaniami subiektywne oceny sytuacji w kategoriach: porażka — sukces lub odrzucenie — akceptacja istotnie różniły się w podgrupach, którym przedstawiono różne wersje i rodzaje sytuacji wpływających na Ja. W przypadku sytuacji zadaniowych średnie subiektywne oceny na skali od „1” (porażka) do „7” (sukces) przedstawiały się następująco: porażka — 1,8; niejednoznaczność sytuacji — 3,33; sukces — 5,86 ( $F_{(2;213)} = 370,63$ ;  $p < 0,0001$ ). Test *post hoc* pokazał, że wszystkie te średnie różnią się od siebie w sposób istotny ( $p < 0,0001$ ).

W sytuacji, w której oceniano atrakcyjność interpersonalną danej osoby, średnie subiektywne oceny wrażenia, jakie ona wywarła na grupie, wyrażane na skali od „1” (nieatrakcyjna) do „7” (bardzo atrakcyjna), kształtowały się następująco: odrzucenie — 3,15; częściowa akceptacja — 3,7; akceptacja — 5,82 ( $F_{(2;206)} = 94,21$ ;  $p < 0,0001$ ). Test *post hoc* wykazał, że różnice w subiektywnych ocenach wrażenia, jakie dana osoba wywarła na grupie w sytuacji odrzucenia, częściowej akceptacji i pełnej akceptacji, są statystycznie istotne ( $p < 0,001$ ). Manipulacja eksperymentalna okazała się więc efektywna.

**Różnice w samoocenie w zależności od rodzaju sytuacji oddziałującej na Ja.** Zakładając, że poziom samooceny podlega wahaniom w zależności od sytuacji, sprawdzono efektywność eksperymentalnej manipulacji polegającej na tym, że badanym prezentowano różne sytuacje oddziałujące na Ja, po czym mierzono poziom samooceny. Różnice w poziomie samooceny testowano w następującym modelu ANOVA: 2 (wersja — zadaniowa / ocena atrakcyjności interpersonalnej)  $\times$  3 (rodzaj sytuacji — porażka lub odrzucenie / niejednoznaczność / sukces lub akceptacja). Podsumowanie wyników zawiera tabela 4.2., natomiast wykres 4.1. przedstawia konfigurację średnich poziomu samooceny w poszczególnych podgrupach.

Tabela 4.2

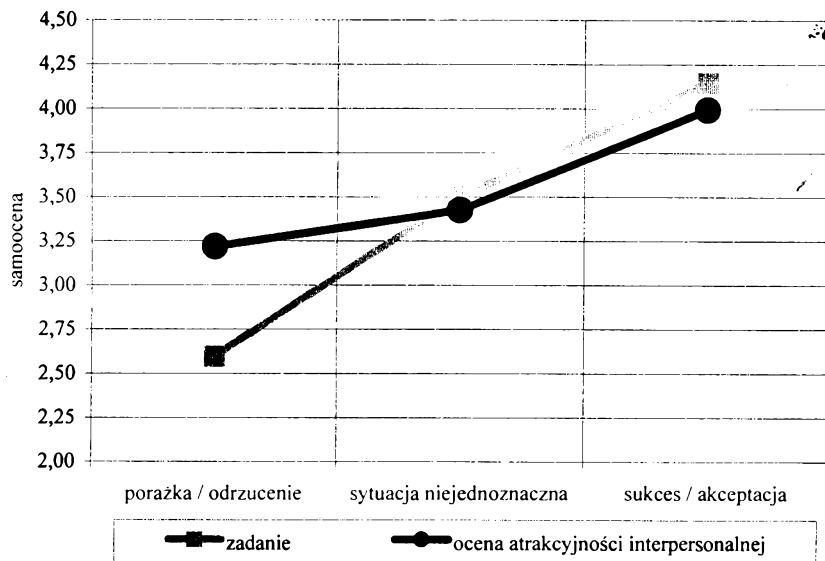
**Wyniki analizy wariancji dla poziomu samooceny  
w zależności od rodzaju sytuacji oddziałującej na Ja**

Źródło zmienności	SS	df	MS	F	p
Wersja	1,32	1	1,32	2,32	0,128
Rodzaj sytuacji	71,18	2	35,59	62,54	0,000
Wersja $\times$ rodzaj sytuacji	9,54	2	4,77	8,38	0,000
Błąd	188,92	332	0,57	—	—
Ogółem	4 322,82	337	—	—	—

$$R^2 = 0,356$$

$$\text{Skorygowane } R^2 = 0,347$$

Poziom samooceny w poszczególnych sytuacjach aktywujących Ja



Poziom samooceny różnił się istotnie w zależności od rodzaju sytuacji, natomiast jej charakter (wersja) — zadaniowy bądź interpersonalny — nie miał znaczącego wpływu. Jak zakładano, w sytuacji porażki zadaniowej oraz odrzucenia przez grupę poziom samoakceptacji był znacząco niższy, po czym wzrastał w sytuacjach niejednoznacznych, by osiągnąć najwyższe wskaźniki w sytuacji sukcesu zadaniowego i pełnej akceptacji przez grupę. W teście *post hoc* wszystkie średnie były znacząco różne ( $p < 0,0001$ ). Istotny interakcyjny efekt wersji i rodzaju sytuacji odnosił się głównie do sytuacji jednoznacznie zagrażających samoocenę, czyli do porażki zadaniowej i odrzucenia. W sytuacji porażki zadaniowej samoocena była zdecydowanie niższa niż w sytuacji odrzucenia ( $p < 0,0001$ ). Różnice nie wystąpiły w poziomie samooceny w pozostałych sytuacjach — niejednoznacznych oraz sukcesu zadaniowego i interpersonalnego. Założenie o skuteczności oddziaływania sytuacji na poziom samooceny zostało potwierdzone, dając tym samym podstawy do testowania hipotezy o autoafirmacyjnym potencjale posiadanych dóbr materialnych.

#### 4.2.7. Koncentracja na posiadanych dobrach materialnych a poziom samooceny

Wyniki analizowano w modelu ANOVA oddzielnie dla obydwu wersji sytuacji — zadaniowej oraz oceny atrakcyjności interpersonalnej. Model



uwzględniał trzy rodzaje sytuacji oraz koncentrację na posiadanych dobrach w grupie kontrolnej i jej brak w grupie eksperymentalnej.

**Sytuacja zadaniowa.** Wyniki analizy wariancji zamieszczono w tabeli 4.3.

Tabela 4.3

**Wyniki analizy wariancji dla poziomu samooceny  
w grupie eksperymentalnej i kontrolnej w sytuacji zadaniowej**

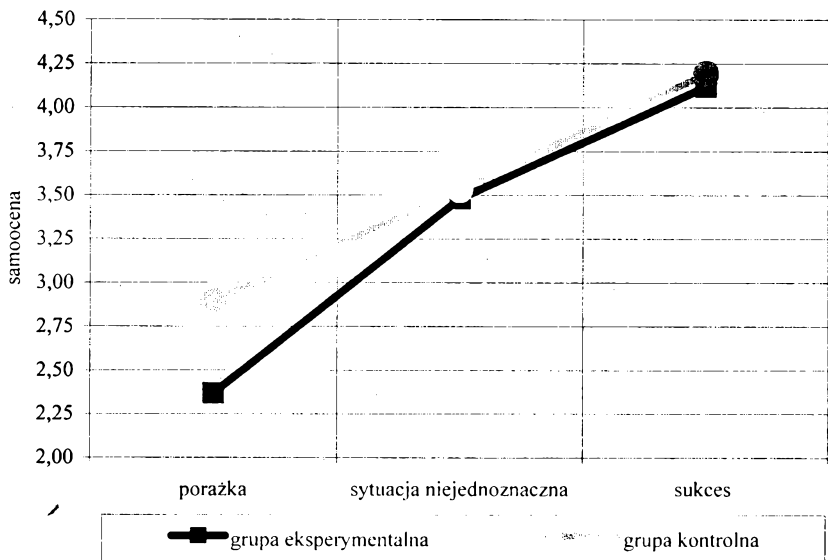
Źródło zmienności	SS	df	MS	F	p
Koncentracja na dobrach	2,44	1	2,44	4,45	0,036
Rodzaj sytuacji	83,15	2	41,57	75,87	0,000
Grupa x typ sytuacji	2,58	2	1,29	4,45	0,097
Błąd	115,08	210	0,55	—	—
Ogółem	2 700,67	215	—	—	—

$R^2 = 0,451$

Skorygowane  $R^2 = 0,438$

Wykres 4.2

**Samoocena w grupie eksperymentalnej i kontrolnej w sytuacjach zadaniowych**



Obydwa czynniki — typ sytuacji i koncentracja na posiadanych rzeczach — miały istotny wpływ na poziom samooceny. Interakcja między tymi czynnikami była marginalnie znacząca. W sytuacjach aktywujących Ja koncentracja na posiadanych dobrach materialnych miała wpływ na samoocenę.

Charakter tego wpływu obrazują profile samooceny dla grupy eksperymentalnej i kontrolnej przedstawione na wykresie 4.2. Wskazują one jednoznacznie, iż silny efekt koncentracji na posiadanych dobrach odnosił się tylko do sytuacji porażki zadaniowej ( $p = 0,002$ ). W pozostałych sytuacjach nie wystąpiły istotne różnice między samooceną w grupie eksperymentalnej i kontrolnej.

**Sytuacja oceny atrakcyjności interpersonalnej.** Wyniki analizy wariancji zestawiono w tabeli 4.4. Profile samooceny przedstawia wykres 4.3.

Tabela 4.4

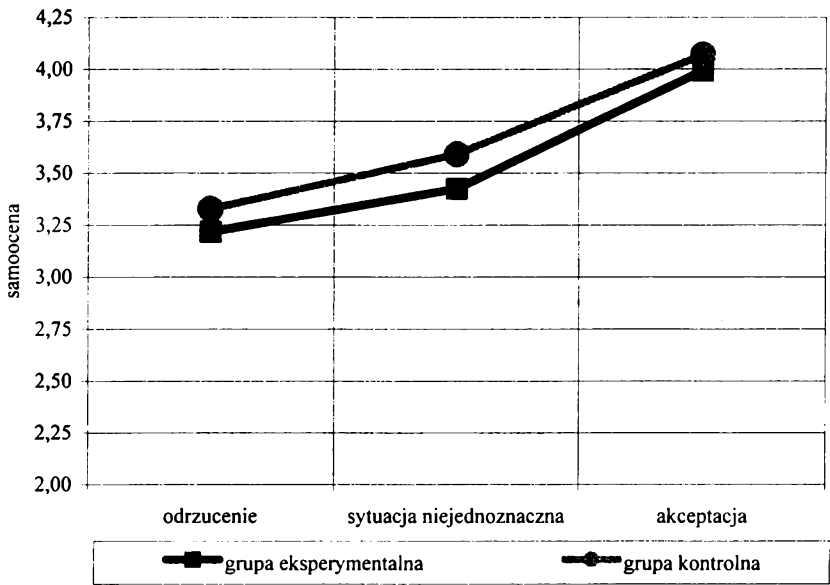
**Wyniki analizy wariancji dla poziomu samooceny w grupie eksperymentalnej i kontrolnej w sytuacji oceny atrakcyjności interpersonalnej**

Źródło zmienności	SS	df	MS	F	p
Koncentracja na dobrach	0,69	1	0,69	1,21	0,272
Rodzaj sytuacji	19,82	2	9,91	17,31	0,000
Grupa x typ sytuacji	0,06	2	0,03	0,06	0,941
Błąd	116,23	203	0,57	---	---
Ogółem	2 825,39	208	---	---	---

$R^2 = 0,156$   
Skorygowane  $R^2 = 0,135$

Wykres 4.3

**Samoocena w grupie eksperymentalnej i kontrolnej w sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej**



W sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej nie stwierdzono żadnych istotnych efektów, z wyjątkiem opisanego powyżej efektu głównego w postaci rodzaju sytuacji aktywującej Ja. Koncentracja na posiadanych dobrach nie wpłynęła na zróżnicowanie samooceny pomiędzy badanymi w grupie eksperymentalnej i kontrolnej.

#### **4.2.8. Samoocena w grupie eksperymentalnej i kontrolnej a poziom materializmu**

Hipoteza odnosząca się do wahań poziomu samoakceptacji w sytuacji zagrożenia Ja, wynikająca z teorii autoafirmacji, zakładała, że ukierunkowanie myślenia na posiadane przez siebie i cenione rzeczy materialne może pełnić funkcję afirmacyjną i chronić przed obniżaniem się poziomu samooceny. Jednakże może się tak stać pod warunkiem, że posiadane rzeczy są rzeczywiście ważne dla jednostki, że nadaje im ona szczególne znaczenie w swoim życiu. Afirmacyjna moc materialnego posiadania zależeć zatem powinna od indywidualnego stosunku do dóbr materialnych, czyli od poziomu materializmu.

Badaną grupę podzielono na trzy podgrupy ze względu na wynik uzyskany w skali *SDM*. Znalazły się w nich osoby z wysokim, średnim i niskim wskaźnikiem materializmu.

W sytuacji niejednoznacznej i sytuacji sukcesu zadaniowego, jak również we wszystkich sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej nie uwidocznił się żaden znaczący efekt związany z wpływem koncentracji na posiadanych rzeczach na samoocenę u osób ze zróżnicowanym poziomem materializmu. Znaczący statystycznie efekt obniżenia samooceny wywołany przez koncentrację na posiadanych dobrach materialnych w sytuacji porażki zadaniowej poddano natomiast dalszej analizie z uwzględnieniem różnic pomiędzy badanymi w poziomie materializmu.

Analizę wariancji dla poziomu samooceny w obliczu zagrożenia Ja w sytuacji porażki zadaniowej przeprowadzono w modelu: 2 (grupa kontrolna i grupa eksperymentalna) x 3 (poziom materializmu). Wyniki zamieszczono w tabeli 4.5. Profile samooceny dla grupy eksperymentalnej i kontrolnej przedstawia wykres 4.4.

Analiza wykazała istotność różnic w samoocenie w grupie eksperymentalnej i kontrolnej, istotny efekt poziomu materializmu oraz znaczącą interakcję pomiędzy obydwojema czynnikami. Samoocena w grupie eksperymentalnej, czyli wśród osób koncentrujących się na posiadanych dobrach, była generalnie niższa niż w grupie kontrolnej. W grupie kontrolnej nie stwierdzono wyraźnych różnic w zakresie samooceny pomiędzy badanymi o różnym poziomie materializmu ( $p = 0,11$ ), natomiast w grupie eksperymentalnej odnotowano

dramatyczny spadek samooceny wśród osób z wysokim poziomem materializmu ( $p = 0,001$ ). Znaczący to, że koncentracja na posiadanych rzeczach w obliczu porażki zadaniowej prowadziła generalnie do obniżenia samooceny. Efekt ten był szczególnie wyrazisty w przypadku osób charakteryzujących się wysokim poziomem materializmu ( $p < 0,0001$ ), ale w grupie osób ze średnim poziomem materializmu zaznaczyła się już wyraźna tendencja ( $p = 0,08$ ).

Tabela 4.5

**Wyniki analizy wariancji dla poziomu samooceny  
w grupie eksperymentalnej i kontrolnej w sytuacji zadaniowej  
z uwzględnieniem poziomu materializmu**

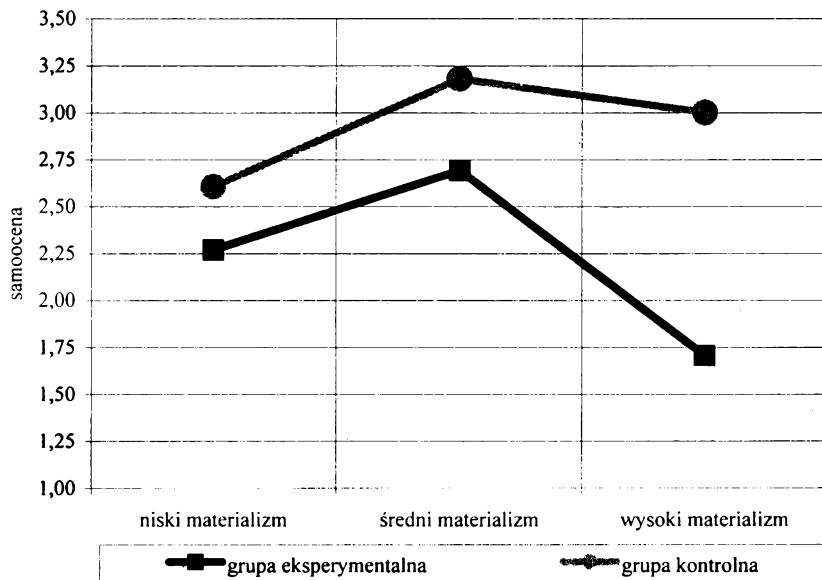
Źródło zmienności	SS	df	MS	F	p
Koncentracja na dobrach	8,51	1	8,51	20,82	0,000
Poziom materializmu	4,98	2	2,49	6,09	0,004
Grupa x poziom materializmu	2,57	2	1,28	3,14	0,049
Błąd	28,63	70	0,41	—	—
Ogółem	555,00	75	—	—	—

$R^2 = 0,323$

Skorygowane  $R^2 = 0,275$

Wykres 4.4

**Samoocena w grupie eksperymentalnej i kontrolnej  
w sytuacji porażki zadaniowej z uwzględnieniem poziomu materializmu**



#### 4.2.9. Specyfika posiadanych dóbr materialnych a ich funkcja afirmacyjna

Jedno z wyjściowych założeń prezentowanego eksperymentu dotyczyło potencjalnej dwukierunkowości oddziaływania na siebie zmiennych w postaci rodzaju sytuacji aktywującej samoocenę — jednej strony, z drugiej zaś — ilości i jakości wybieranych dóbr materialnych oraz sposobu spostrzegania ich funkcji. Przypuszczano, iż w sytuacjach aktywujących Ja osoby badane mogą posługiwać się posiadanymi dobrami materialnymi, w taki sposób, by chronić lub wzmacniać poczucie własnej wartości.

**Liczba przedmiotów wymienianych jako ważne w różnych sytuacjach.** Pierwsze zadanie w Kwestionariuszu „Rzeczy i ludzie” polegało na wypisaniu posiadanych przedmiotów, które badani uważali za cenne. Maksymalnie mogli wymienić 10 przedmiotów. Z możliwości tej najpełniej skorzystali badani ze średnim poziomem materializmu w sytuacji sukcesu oraz badani z niskim poziomem materializmu w sytuacji niejasności. Natomiast najmniej przedmiotów wymieniały osoby z wysokim poziomem materializmu, zwłaszcza w sytuacji sukcesu zadaniowego i w sytuacji niejasnej. W sytuacji porażki i odrzucenia zaś — w porównaniu z pozostałymi sytuacjami — wskazywano najwięcej przedmiotów. Zestawienie średnich dla liczby przedmiotów wymienianych jako cenione przez osoby badane w różnych warunkach eksperymentalnych zamieszczono tabeli 4.6.

Tabela 4.6

**Średnia liczba przedmiotów wymienianych przez osoby o różnym poziomie materializmu w poszczególnych sytuacjach aktywujących Ja**

Poziom materializmu	Sytuacja zadaniowa				Sytuacja oceny atrakcyjności interpersonalnej			
	porażka	niejasność	sukces	ogółem	odrzucenie	niejasność	akceptacja	ogółem
Niski	9,66	10,00	8,00	9,22b	9,66	8,66	9,50	9,27
Średni	9,63	8,28	10,00	9,30b	9,16	9,20	9,60	9,32
Wysoki	9,66	6,85	6,60	7,70a	9,62	7,75	8,37	8,58
Ogółem	9,65a	8,38b	8,21b	8,74	9,48a	8,53b	9,15	9,06

a, b — wskazują istotne różnice między średnimi w teście Tukeya,  $p < 0,05$ .

Analiza wariancji ujawniła istotność zarówno efektów prostych rodzaju sytuacji ( $F_{(2,118)} = 5,249$ ;  $p = 0,007$ ) oraz poziomu materializmu ( $F_{(2,118)} = 6,20$ ;  $p = 0,003$ ), jak i efektu interakcyjnego dla sytuacji zadaniowych ( $F_{(4,118)} = 4,03$ ;  $p = 0,004$ ). Nie stwierdzono natomiast istotnego zróżnicowania liczby wymienianych przedmiotów w grupach, którym prezentowano wersję oceny atrak-

cyjności interpersonalnej. Znaczy to, że w sytuacji zagrożenia Ja osoby badane — w sytuacji zadaniowej — podejmowały próby jego obrony poprzez przypominanie sobie wielu cenionych przez siebie dóbr.

**Rodzaj przedmiotów wymienianych jako ważne w różnych sytuacjach.** Analiza wymienianych przez badanych przedmiotów uznanych za cenne nie ujawniła wyraźnych różnic. Większość wskazanych przedmiotów należała do takich kategorii, jak: drobne przedmioty osobiste, tzn. zdjęcia, korespondencja, drobiazgi o znaczeniu sentymentalnym, osobiste zapiski itp.; osobiste przedmioty codziennego użytku, tzn. ubrania, kosmetyki i przybory toaletowe; nośniki kultury i informacji, tzn. książki i kasety video oraz płyty CD; sprzęt rekreacyjny i sportowy, sprzęt audio-video oraz pewne elementy wyposażenia mieszkania. Rodzaj przedmiotów uznawanych za cenne był charakterystyczny dla osób znajdujących się w takim miejscu w cyklu życiowym, jak badani studenci (por. rozdział 2.). Istotne statystycznie różnice odnosiły się jedynie do telefonu, który pojawiał się szczególnie często w wypowiedziach osób z wysokim poziomem materializmu, wyobrażających sobie siebie samych w sytuacjach zadaniowych — niejasnej i sukcesu ( $\chi^2 = 14,44$ ;  $df = 2$ ;  $p < 0,001$ ), oraz do kategorii drobnych przedmiotów osobistych, wymienianych znacząco rzadziej przez osoby z wysokim poziomem materializmu w sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej ( $\chi^2 = 10,15$ ;  $df = 2$ ;  $p < 0,01$ ). Pozostałe różnice nie były statystycznie istotne.

**Funkcje cenionych dóbr materialnych.** Analizę funkcji, w jakich badani z poszczególnych podgrup umieszczali cenione przez siebie przedmioty, poprzedzono wyodrębnieniem kompleksów współwystępujących ze sobą funkcji. Przyjęto założenie, że teoretyczny podział przedstawiony w rozdziale 2. niekoniecznie musi odzwierciedlać rzeczywiste konfiguracje funkcji przypisywanych cenionym dobrom przez badanych. Poddano więc dane dotyczące funkcji posiadanych dóbr analizie czynnikowej. Analiza czynnikowa przeprowadzona została metodą głównych składowych z rotacją Varimax z normalizacją Kaisera. Miary adekwatności doboru próby przedstawiały się następująco:  $KMO = 0,69$ , czyli poziom co najmniej przeciętny, wartości współczynników dla poszczególnych zmiennych mieściły się w przedziale od 0,56 do 0,79, wynik testu sferyczności Bartletta pozwolił odrzucić hipotezę o macierzy jednostkowej ( $\chi^2 = 301,28$ ;  $df = 28$ ;  $p < 0,0001$ ). W takich warunkach przeprowadzenie analizy czynnikowej miało uzasadnienie.

Wyodrębniono trzy czynniki, które wyjaśniały prawie 61% całkowitej wariancji. Ich układ wraz z ładunkami czynnikowymi przedstawia tabela 4.7.

Tabela 4.7

**Kompleksy funkcji cenionych dóbr materialnych  
wyodrębnione na podstawie analizy czynnikowej  
(wraz z ładunkami czynnikowymi o wartościach powyżej 0,3)**

Funkcje	Kompleksy funkcji		
	społeczny	emocjonalny	instrumentalny
Zabezpieczająca	0,72	---	—
Interpersonalna	0,71	—	---
Prestiżowa	0,65	—	---
Hedonistyczna	—	0,75	—
Sentymentalna	—	0,72	— 0,35
Ekspresyjna	0,43	0,58	—
Utylitarna	---	—	0,87
Poznawcza	0,46	---	0,55

Wyłoniony kompleks instrumentalny składa się z funkcji, które w pierwotnej klasyfikacji zaliczane były jednoznacznie właśnie do funkcji instrumentalnych — utylitarnej i poznawczej. Kompleks emocjonalny ma bardziej skomplikowany charakter, ponieważ obok jednoznacznie symbolicznych funkcji — sentymentalnej i ekspresyjnej — pojawiła się w założeniach instrumentalna funkcja hedonistyczna. Jego istotą jest emocjonalny aspekt posiadania dóbr, odnoszący się bądź bezpośrednio do pozytywnych odczuć wynikających z samego posiadania pewnych rzeczy, bądź do odczuć związanych z ekspresją własnego Ja lub pielęgowaniem rzeczy mających związek z indywidualną historią. Nadało to całemu kompleksowi wymiar pozytywnej emocjonalnej koncentracji na sobie samym. Na kompleks społeczny z kolei złożyły się funkcje: prestiżowa — symboliczna i zabezpieczająca (ekonomiczna) oraz interpersonalna — instrumentalne, które w takiej konfiguracji pomagały jednostce ulokować się w społecznej hierarchii statusu społecznego i materialnego bezpieczeństwa.

Kolejnym krokiem była analiza częstotliwości lokowania posiadanych dóbr w obrębie poszczególnych kompleksów funkcji przez osoby konfrontowane z różnymi sytuacjami aktywującymi Ja. Rozkłady wskaźników frekwencyjnych dla poszczególnych funkcji oraz ich kompleksów, odbiegając znacząco od rozkładów normalnych, pozwoliły jedynie na posługiwanie się nieparametrycznymi metodami analizy statystycznej. Zastosowano więc test Kruskala—Wallisa dla  $k$  grup niezależnych.

Wskaźniki frekwencyjne zróżnicowane były zarówno ze względu na charakter sytuacji, jak i poziom materializmu. Przedstawiają je wykresy 4.5.—4.10. Porównując kompleksy, można stwierdzić, że we wszystkich sytuacjach naj-

więcej cenionych rzeczy badani lokowali w funkcjach kompleksu emocjonalnego — hedonistycznej, sentymentalnej i ekspresyjnej. W drugiej kolejności wykorzystywali kompleks instrumentalny — funkcje utylitarną i poznawczą, a następnie funkcje społeczne — prestiżową, interpersonalną i zabezpieczającą. Jednakże są zauważalne odchylenia od tej ogólnej prawidłowości w poszczególnych sytuacjach oraz różnice pomiędzy osobami charakteryzującymi się różnym natężeniem orientacji materialistycznej. Szczegółowa analiza efektów oddziaływania obu zmiennych — rodzaju sytuacji i poziomu materializmu — w odniesieniu do poszczególnych funkcji i ich kompleksów uwidoczniła następujące różnice:

- Szczególnie interesującym kompleksem funkcji okazał się kompleks społeczny, na który składają się: funkcja prestiżowa, interpersonalna i zabezpieczająca. Niezależnie od wersji sytuacji prezentowanej badanym — zadaniowej lub oceny atrakcyjności interpersonalnej — osoby z wysokim poziomem materializmu umieszczały znacząco więcej przedmiotów niż pozostali badani w funkcjach tego kompleksu ( $\chi^2 = 9,86$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,007$ ). Tendencja ta była silniejsza w obliczu sytuacji oceny atrakcyjności interpersonalnej, nie znajdowała natomiast potwierdzenia jedynie w sytuacji sukcesu zadaniowego. Z kolei wśród osób z niskimi wskaźnikami materializmu znaczenie kompleksu społecznego wzrastało wraz z odczuciem sukcesu, czyli było najmniejsze w sytuacji porażki, a największe w sytuacji sukcesu zadaniowego ( $\chi^2 = 6,69$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,035$ ). Podobnie wśród osób ze średnim poziomem materializmu kompleks społeczny okazał się ważny dopiero przy sukcesie zadaniowym ( $\chi^2 = 13,47$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,001$ ).
- W sytuacji zadaniowej w obliczu sukcesu znaczenie funkcji kompleksu emocjonalnego ( $\chi^2 = 6,99$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,03$ ) i społecznego ( $\chi^2 = 12,23$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,002$ ) było relatywnie większe niż w obliczu porażki lub sytuacji niejasnej. W sytuacji oceny atrakcyjności interpersonalnej z kolei w obliczu niejasności pojawiało się znacząco więcej niż w pozostałych sytuacjach rzeczy w funkcjach kompleksu instrumentalnego, za co „odpowiedzialna” była głównie funkcja utylitarna ( $\chi^2 = 7,18$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,03$ ).

Wnioski wypływające z porównania preferencji w zakresie funkcji charakterystycznych dla osób z różnym poziomem materializmu, którym prezentowano zróżnicowane sytuacje aktywujące Ja, przedstawiają się następująco:

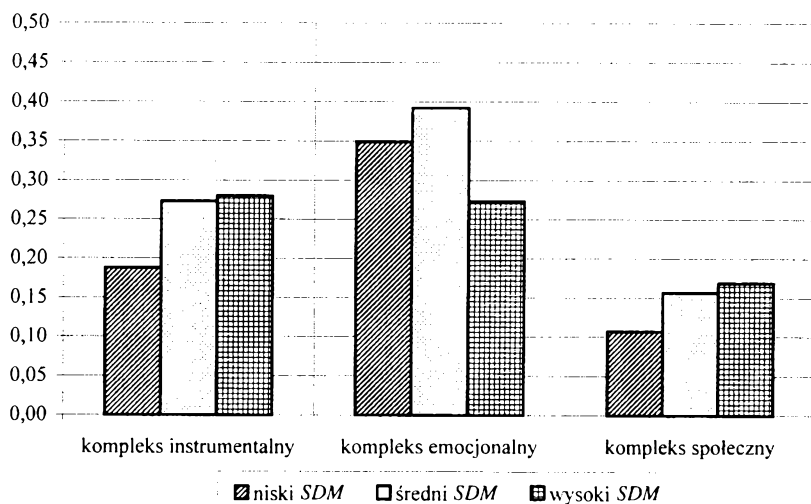
- W obliczu porażki zadaniowej (por. wykres 4.5.) osoby z niskim poziomem materializmu wymieniały zdecydowanie mniej przedmiotów w kompleksie społecznym, zwłaszcza w funkcji interpersonalnej ( $\chi^2 = 7,69$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,021$ ) oraz w kompleksie instrumentalnym ( $\chi^2 = 6,62$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,036$ ) — zwłaszcza w funkcji poznawczej ( $\chi^2 = 5,72$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,057$ ). Osoby z wysokimi wskaźnikami materializmu przejawiały natomiast w takiej sytuacji tendencję do pomijania funkcji hedonistycznej ( $\chi^2 = 5,20$ ;  $df = 2$ ;



$p = 0,074$ ). W sytuacji odrzucenia (por. wykres 4.6.) właśnie osoby z wysokim poziomem materializmu miały wyraźniejszą tendencję do lokowania cenionych rzeczy w funkcji hedonistycznej ( $\chi^2 = 5,17$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,075$ ).

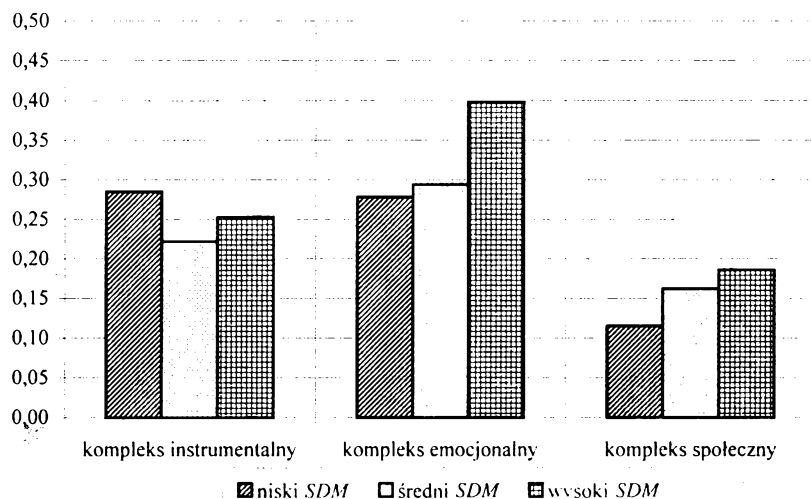
Wykres 4.5

**Częstotliwość lokowania cenionych dóbr w poszczególnych kompleksach funkcji**  
— sytuacja porażki zadaniowej



Wykres 4.6

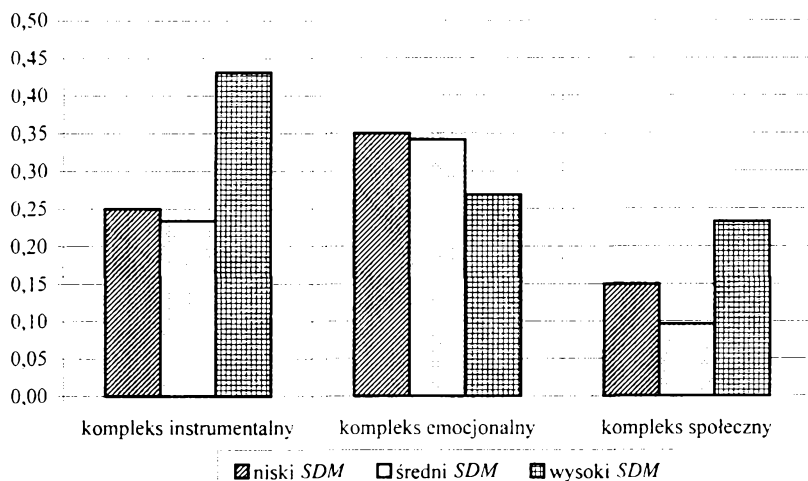
**Częstotliwość lokowania cenionych dóbr w poszczególnych kompleksach funkcji**  
— sytuacja odrzucenia przez grupę



- W sytuacji zadaniowej niejasnej (por. wykres 4.7.) różnice odnosiły się również do kompleksu społecznego ( $\chi^2 = 11,11$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,004$ ) i instrumentalnego ( $\chi^2 = 5,66$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,059$ ). W obydwu przypadkach osoby z wysokim wskaźnikiem materializmu znacząco częściej przypisywały funkcje składające się na te kompleksy cenionym przez siebie przedmiotom.

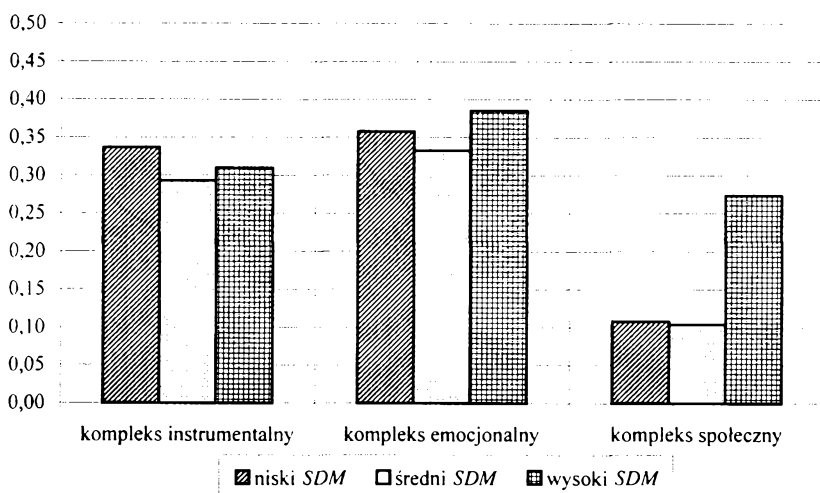
Wykres 4.7

**Częstotliwość lokowania cenionych dóbr w poszczególnych kompleksach funkcji**  
— niejasność w sytuacji zadaniowej



Wykres 4.8

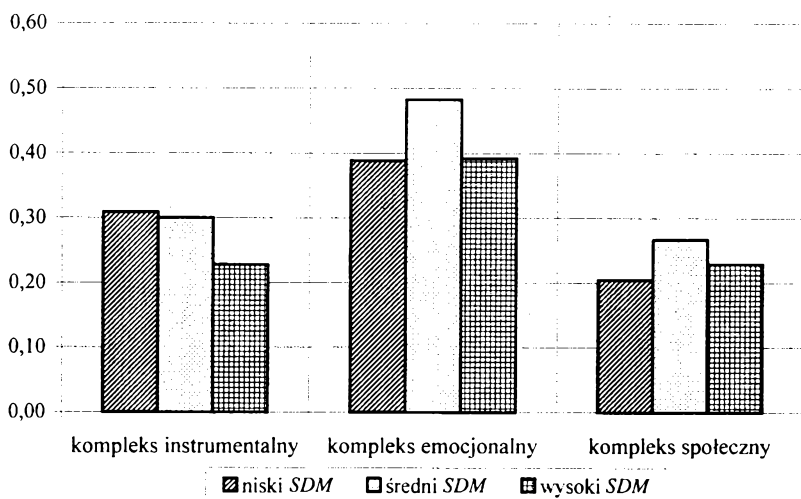
**Częstotliwość lokowania cenionych dóbr w poszczególnych kompleksach funkcji**  
— niejasność w sytuacji oceny atrakcyjności interpersonalnej



W sytuacji niejasnej, związanej z oceną atrakcyjności interpersonalnej (por. wykres 4.8.) znowu osoby z wysokim poziomem materializmu znacząco częściej niż pozostałe umieszczały cenione przez siebie rzeczy we wszystkich funkcjach kompleksu społecznego ( $\chi^2 = 9,02$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,01$ ).

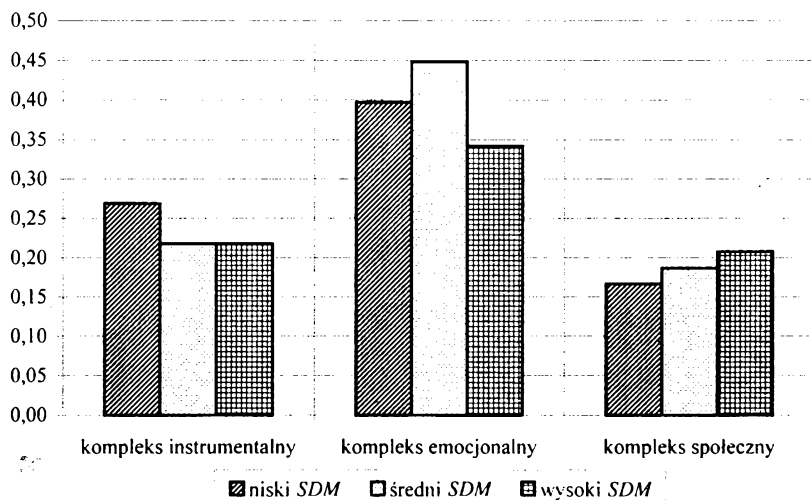
Wykres 4.9

**Częstotliwość lokowania cenionych dóbr w poszczególnych kompleksach funkcji**  
— sytuacja sukcesu zadaniowego



Wykres 4.10

**Częstotliwość lokowania cenionych dóbr w poszczególnych kompleksach funkcji**  
— sytuacja akceptacji przez grupę



- W obliczu zadaniowego sukcesu (por. wykres 4.9.) — choć nie stwierdzono znaczących różnic w kompleksach funkcji — okazało się, iż osoby ze średnim poziomem materializmu wyraźnie odróżniały się od pozostałych w zakresie przypisywania cenionym przez siebie rzeczom funkcji prestiżowej ( $\chi^2 = 14,66$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,001$ ) oraz sentymentalnej ( $\chi^2 = 8,04$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,02$ ). W tej grupie pojawiała się znacząco więcej przedmiotów w obydwu wspomnianych funkcjach. W sytuacji akceptacji natomiast (por. wykres 4.10.) osoby z wysokim poziomem materializmu znacząco rzadziej lokowały przedmioty w funkcji sentymentalnej ( $\chi^2 = 7,43$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,02$ ) oraz poznawczej ( $\chi^2 = 6,43$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,04$ ).

#### 4.2.10. Rola cenionych dóbr materialnych w ochronie i wzmacnianiu Ja — podsumowanie wyników

Koncentracja na posiadanych dobrach miała istotne znaczenie dla samooceny w obliczu zagrożenia w sytuacji zadaniowej. W pozostałych sytuacjach — niejasności i sukcesu zadaniowego oraz w sytuacjach oceny interpersonalnej — nie stwierdzono różnic w samoocenie w grupie eksperymentalnej, koncentrującej się na dobrach i w grupie kontrolnej, nie pojawił się zatem efekt autoafirmacyjny.

Kierunek zmian samooceny pod wpływem koncentracji na posiadanych dobrach w sytuacji zagrażającej Ja był jednakże przeciwny do spodziewanego. Zamiast ochrony i wzmocnienia Ja wobec zagrożenia koncentracja na posiadanych dobrach spowodowała spadek samooceny w porównaniu z grupą kontrolną, która nie była stymulowana do myślenia o swoich rzeczach. Okazało się więc, że koncentracja na dobrach nie tylko nie miała w warunkach zagrożenia znaczenia afirmacyjnego, ale przeciwnie — obniżała samoocenę.

Effekt obniżenia samooceny w warunkach koncentracji na posiadanych dobrach był wyjątkowo dramatyczny w przypadku osób charakteryzujących się wysokim poziomem materializmu, a zaznaczył się już w przypadku osób ze średnim poziomem materializmu. Nie dotyczył natomiast osób z niskim poziomem materializmu, w których przypadku koncentracja na posiadaniu nie spowodowała istotnych zmian w samoocenie w porównaniu z grupą kontrolną. Dobra materialne, które — w założeniu — miały pomóc w ratowaniu wizerunku samego siebie w sytuacji zagrożenia Ja, przyczyniły się zatem wydatnie do obniżenia poczucia własnej wartości.

Wyjaśnienia uzyskanych rezultatów szukano w liczbie, jakości i funkcjach dóbr materialnych, które badani przypominali sobie w odpowiedzi na aktywację Ja. Przede wszystkim okazało się, że w zasadzie rodzaj wymienianych rzeczy odpowiada ogólnemu wzorcowi preferencji odnośnie do posiadanych i cenionych przedmiotów materialnych, charakterystycznemu dla młodych

ludzi, których aktywność koncentruje się wokół studiowania. Wzorzec ten opisany został w rozdziale 2. Różnice zatem dotyczyły liczby dóbr i ich spostrzeganych funkcji.

Liczba wymienianych rzeczy była zróżnicowana w zależności zarówno od sytuacji, w odpowiedzi na którą badani przywoływali posiadane dobra, jak i od poziomu materializmu; przy czym znowu — różnice te były statystycznie istotne jedynie w kontekście sytuacji zadaniowych. W kontekście sytuacji zagrożenia Ja pojawiało się stosunkowo najwięcej przedmiotów, wymienianych zwłaszcza przez osoby z wysokimi wskaźnikami materializmu, choć generalnie więcej rzeczy wymieniały osoby z niskimi i średnimi wskaźnikami materializmu. Możliwe, że osoby o najsilniejszej orientacji materialistycznej mogły mieć problem ze wskazaniem spośród swoich rzeczy tych dostatecznie dobrych w sytuacji, gdy opis odnosił się do sukcesu, bądź sytuacyjnej niejasności, natomiast próbowały się „ratować” poprzez przypominanie sobie wielu rzeczy w sytuacji zadaniowej porażki.

W odniesieniu do przypisywanych cenionym dobrom funkcji okazało się, że osoby z wysokim poziomem materializmu odróżniała od innych wyraźna tendencja do lokowania rzeczy w funkcjach kompleksu społecznego oraz instrumentalnego. Uległa ona osłabieniu dopiero w obliczu sukcesu zadaniowego i interpersonalnego. Dla osób z niskim i — w niektórych przypadkach — średnim poziomem materializmu funkcje kompleksu emocjonalnego miały dużo większe znaczenie niż dla osób z wysokim poziomem materializmu, natomiast funkcje kompleksu społecznego zaznaczyły się dopiero wyraźniej w sytuacji sukcesu. Z kolei osoby z wysokim poziomem materializmu — choć niedoceniały emocjonalnego aspektu posiadanych dóbr w obliczu porażki zadaniowej — przypisywały duże znaczenie dobrom zwłaszcza w funkcji hedonistycznej i sentymentalnej w sytuacjach odrzucenia lub niejasności co do oceny ich atrakcyjności interpersonalnej.

Podsumowując więc dość złożony układ wyników, stwierdzić należy, iż otrzymane rezultaty sugerują brak afirmacyjnego potencjału posiadanych dóbr materialnych. Zwłaszcza osobom z wysokim poziomem materializmu, czyli takim, dla których dobra są istotnym i często centralnym elementem ich życia, koncentracja na posiadanych i cenionych przez nich rzeczach wcale nie pomaga w ochronie bądź podtrzymywaniu samooceny, wręcz przeciwnie — obniża ją. W przypadku osób z niskim poziomem materializmu nie wystąpił żaden znaczący efekt. Za taki stan rzeczy częściowo może być odpowiedzialny sposób percepcji funkcji posiadanych rzeczy. W obliczu czy to porażki zadaniowej, czy odrzucenia przez grupę osoby badane przypominały sobie znacząco więcej rzeczy, które posiadają i cenią, niż w pozostałych sytuacjach. Podejmowały więc jakieś zabiegi afirmacyjne poprzez uświadomienie sobie, czym — w sensie materialnym — dysponują. Próby te prowadziły jednak do różnych efektów z tego względu, że inaczej spostrzegana była rola tychże

dóbr. Kompleks społeczny — czyli funkcja prestiżowa wraz z interpersonalną i zabezpieczającą — pojawiający się u osób z wysokim poziomem materializmu, bardziej wyrazisty u nich w porównaniu z innymi grupami, nie chronił przed obniżeniem samooceny i mógł powodować, że przypomnienie sobie posiadanych dóbr traciło potencjalną moc afirmacyjną. Z kolei kompleks emocjonalny — czyli funkcja hedonistyczna, sentymentalna i ekspresyjna — występował tam, gdzie koncentracja na posiadanych rzeczach nie obniżała samooceny. Nawet w przypadku osób z wysokim poziomem materializmu w sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej nie nastąpiło obniżenie samooceny w porównaniu z pozostałymi grupami; możliwe, że powodem takiego stanu rzeczy było to, że osoby te spostrzegały wiele posiadanych przez siebie rzeczy również w funkcji hedonistycznej. Funkcje instrumentalne z kolei, które mogłyby być wykorzystane w celu podtrzymania samooceny, w sytuacji porażki chroniły ją nieco, ale raczej w przypadku osób ze średnim poziomem materializmu, natomiast zawodziły w przypadku osób obdarzonych wysokim poziomem materializmu. W tym ostatnim przypadku mogły pomóc w sytuacji zadaniowej niejasności, w której nie zaobserwowano obniżenia się samooceny.

### **4.3. Wartość posiadanych dóbr materialnych w funkcji autoafirmacyjnej — dyskusja wyników**

#### **4.3.1. Dlaczego w przypadku osób z wysokim poziomem materializmu koncentracja na posiadanych dobrach materialnych zamiast podwyższać obniża samoocenę?**

Najważniejszym rezultatem przeprowadzonego eksperymentu jest stwierdzenie, że posiadane dobra materialne nie tylko nie pełnią funkcji autoafirmacyjnej, ale wprost przeciwnie — obniżają poczucie własnej wartości. Dzieje się tak zwłaszcza w przypadku osób, które najbardziej „liczą” na wzmocnienie Ja poprzez posiadane zasoby z uwagi na wysoką wartość, jaką im nadają w swoim życiu. Wyjaśnienie tego zjawiska wiąże się zapewne z głównym problemem osób, dla których dobra materialne stanowią centrum zainteresowania, aktywności życiowej i wyznacznik szczęścia, tzn. dla osób charakteryzujących się wysokim poziomem materializmu. Problemem tym jest — diskutowany dokładniej w rozdziale 3. — chroniczny brak satysfakcji z posiadanych zasobów. W sytuacji zatem, kiedy zostaje zaktywowana samo-

ocena, konfrontacja z posiadanymi dobrami, które nie stanowią źródła satysfakcji, ale które są uznawane za bardzo istotne w życiu danej jednostki, dodatkowo samoocenę obniża. Dowodem na potwierdzenie tej tezy jest porównanie wskaźników satysfakcji u osób z niskim, średnim i wysokim poziomem materializmu. Wynosiły one: 3,3 dla osób z niskim poziomem materializmu, 3,03 dla osób ze średnim poziomem materializmu, 2,7 dla osób z wysokim poziomem materializmu. Im wyższy poziom materializmu, tym niższy wskaźnik satysfakcji wiążącej się z posiadanymi dobrami ( $F_{(2,34)} = 19,84; p < 0,001$ ; wszystkie średnie różnią się istotnie na poziomie co najmniej  $p = 0,02$  w teście *post hoc*).

Dla osób z wysokim poziomem materializmu zasób posiadanych dóbr — choć istotny dla posiadacza — ma zatem „antyafirmacyjne” działanie. „Antyafirmacyjne” działanie posiadanych rzeczy wzmacniane jest również poprzez sposób spostrzegania ich funkcji. Kompleks społeczny, czyli funkcja prestiżowa i interpersonalna posiadanych dóbr, wiąże się z koniecznością konfrontowania tego, co się posiada, z tym, czym dysponują inni, oraz komunikowania poprzez dobra tego, kim się jest w społecznej hierarchii ważności. Dla niezadowolonych ze stanu posiadania materialistów tego rodzaju widzenie roli posiadanych dóbr nieuchronnie prowadzi do frustracji i braku zadowolenia z siebie. W sytuacji, która sama w sobie obniża samoocenę, ponieważ wiąże się z poczuciem porażki, prestiżowo-interpersonalny charakter posiadanych dóbr, z których posiadacz nie jest zadowolony, przyczynia się do obniżenia samooceny.

W innej sytuacji są natomiast osoby z niskim poziomem materializmu. Dla nich posiadane dobra są w dalszym ciągu istotne, ale już mniej angażujące niż dla osób z wysokim poziomem materializmu. Osoby te są również bardziej usatysfakcjonowane tym, co mają. Częściej dostrzegają hedonistyczny i generalnie emocjonalny wymiar otaczających ich rzeczy. W ich przypadku więc przynajmniej koncentracja na rzeczach nie obniża znacząco samooceny, choć — z drugiej strony — wcale jej nie ratuje. Zapewne dzieje się tak dlatego, że dobra materialne jako mało ważne nie są w stanie zrównoważyć obniżonej samooceny spowodowanej porażką zadaniową.

Można by przypuszczać, że sama satysfakcja z posiadanych dóbr może być jedyną zmienną ingerującą w relację pomiędzy posiadaniem a samooceną. Jednakże analiza wskaźników samooceny w zależności od poziomu satysfakcji w sytuacji porażki zadaniowej nie ujawniła istotnego efektu ( $F_{(2,40)} = 0,75; p = 0,48$ ). Znaczy to, że wysoki materializm skojarzony z brakiem satysfakcji z posiadania powoduje dopiero obniżenie samooceny w konfrontacji z posiadanymi dobrami; sam brak satysfakcji nie wystarczy do wywołania takiego efektu.

#### 4.3.2. Dlaczego samoocena w sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej nie reaguje na zabiegi afirmacyjne?

W przypadku aktywacji samooceny w sytuacjach oceny atrakcyjności interpersonalnej konfrontacja badanych z posiadanymi rzeczami wcale nie modyfikuje samooceny. Takie modyfikacje można zaobserwować jedynie w sytuacji zadaniowej porażki. Wyjaśnienia tego wyniku mogą być dwukierunkowe. Można przypuszczać, iż albo aktywacja samooceny w sferze atrakcyjności interpersonalnej jest tak centralna dla generalnego poczucia własnej wartości i obrazu samego siebie, że posiadane rzeczy materialne nie są w stanie zmodyfikować jej, ponieważ nie znajdują się w ekwiwalentnie centralnym miejscu pojęcia Ja, albo zastosowana metoda nie doprowadziła do dostatecznej identyfikacji osób badanych z sytuacją. W tym drugim przypadku badani mogli po prostu uznać, że sytuacja jest zbyt odległa od ich doświadczeń, by mogła wywołać rzeczywiste skutki w postaci zmian samooceny.

W przeprowadzonych badaniach kontrolowano łatwość identyfikacji z opisem sytuacji poprzez określenie, jak często badanym przydarzają się podobne sytuacje. Ocena częstotliwości doświadczania podobnych sytuacji była znacząco różna w zależności zarówno od wersji prezentowanego opisu (zadaniowa / interpersonalna), rodzaju sytuacji (porażka lub odrzucenie / sytuacja niejasna / sukces bądź akceptacja), jak i od interakcji pomiędzy tymi czynnikami. Wyniki analizy wariancji przedstawia tabela 4.8.

Tabela 4.8

**Wyniki analizy wariancji zmiennej częstotliwość doświadczenia podobnej sytuacji w zależności od wersji i rodzaju sytuacji**

Źródło zmienności	SS	df	MS	F	p
Wersja	133,12	1	133,12	89,48	0,000
Rodzaj sytuacji	42,40	2	21,20	14,25	0,000
Wersja x rodzaj sytuacji	12,22	2	6,11	4,11	0,017
Błąd	623,33	419	1,49	—	—
Ogółem	4 404,00	424	—	—	—

$$R^2 = 0,230$$

$$\text{Skorygowane } R^2 = 0,221$$

Badani, którym prezentowano wersje zadaniowe, przyznawali, że podobne sytuacje zdarzały im się znacząco częściej niż badanym, którym prezentowano sytuacje w wersji oceny atrakcyjności interpersonalnej (odpowiednie wskaźniki wynosiły: 3,37 — dla wersji zadaniowej, 2,34 — dla oceny atrakcyjności interpersonalnej). Im bardziej pozytywne były wyniki sytuacji, tym



częściej w ocenie badanych miały one bezpośredni związek z ich osobistymi doświadczeniami (odpowiednio: 2,38; 2,92; 3,33). Jednakże ta ostatnia prawidłowość była charakterystyczna przede wszystkim dla osób, którym prezentowano sytuacje zadaniowe (2,55; 3,59; 4,01 — wszystkie średnie istotnie różne w teście *post hoc*,  $p < 0,0001$ ). W przypadku sytuacji oceny atrakcyjności interpersonalnej w teście *post hoc* niewielkie różnice — 2,19; 2,26; 2,60 — okazały się statystycznie nieistotne. Można na tej podstawie podejrzewać, że sytuacje oceny atrakcyjności interpersonalnej nie angażowały w dostatecznym stopniu osób badanych, nie miały więc żadnego przełożenia na rzeczywiste zaktywowanie Ja. Przy zastosowanej metodzie nie uzyskano zatem znaczących rezultatów.

Niewykluczone jednak, że odrzucenie przez grupę jest tak silnym czynnikiem oddziałującym na Ja (por. LEARY, TAMBOR, TERDAL, DOWNS, 1999), że uruchamia cały system obron, który rozpoczyna działanie od zaprzeczania, że prezentowana sytuacja ma jakikolwiek związek z daną osobą. W tym przypadku zabiegi afirmacyjne poprzez uświadomienie sobie zasobu posiadanych dóbr wydają się nie odgrywać żadnej roli.

#### 4.3.3. Wyniki eksperymentu w świetle ogólnych założeń teorii autoafirmacji

Na zakończenie dyskusji nad uzyskanymi w eksperymencie wynikami, wskazującymi na to, że dobra materialne nie są szczególnie przydatne jako narzędzie ochrony obrazu samego siebie i poczucia własnej wartości w sytuacji zagrożenia Ja, trzeba wyraźnie stwierdzić, że nie podważają one ogólnych założeń teorii autoafirmacji. Wprost przeciwnie — potwierdzają tezę STEELE'A (1988) mówiącą o tym, że jedynie autoafirmacja w obszarze równie ważnym dla globalnego obrazu siebie, jak obszar zagrożony może mieć wartość dla ochrony własnego Ja. W prezentowanych badaniach dla osób z niskimi wskaźnikami materializmu dobra materialne okazały się niewystarczająco istotne, aby ochronić zagrożone Ja. Nie pojawił się więc efekt autoafirmacyjny — zgodnie zresztą z przewidywaniami sformułowanymi w rozdziale 4.2.1.

Uzyskane wyniki wskazują dodatkowy problem, jaki może ujawnić się przy próbach autoafirmacji w sytuacji zagrażającej dla Ja. Skierowanie „wysiłku autoafirmacyjnego” w niewłaściwy obszar — jak to nastąpiło w przypadku dóbr materialnych, które nie stanowiły źródła satysfakcji dla osób z wysokimi wskaźnikami materializmu — może mieć dramatyczny efekt antyafirmacyjny. Tym samym wyniki prezentowanego eksperymentu można traktować jako punkt wyjścia do uzupełnienia i rozszerzenia teorii autoafirmacji.

#### 4.3.4. Kierunki dalszych badań nad afirmacyjnym potencjałem dóbr materialnych

Możliwość analizy funkcji cenionych przedmiotów była jedynie „skutkiem ubocznym” przeprowadzonego eksperymentu. Z tego powodu spojrzenie na przypisywane posiadanym rzeczom funkcje miało charakter wybitnie eksploracyjny. Jak się okazało, złożoność efektów wywoływanych przez zmienne w postaci rodzaju sytuacji oraz poziomu materializmu, a także interakcje pomiędzy nimi pozwala jedynie na formułowanie pewnych sugestii i hipotez odnoszących się do zaangażowania percepcji funkcji przez osoby ze zróżnicowanym poziomem materializmu w ochronę i wzmacnianie samooceny wtedy, kiedy jest ona sytuacyjnie aktywowana. Hipotezy te wymagają sprawdzenia w dalszych badaniach, w których układ zmiennych — z dominującą pozycją poszczególnych funkcji lub ich kompleksów — byłby precyzyjniej określony, a cały model lepiej kontrolowany ze względu na te funkcje.

Na podstawie uzyskanych danych można przypuszczać, że szczególnie percepcja funkcji posiadanych przedmiotów w kategoriach kompleksu społecznego i emocjonalnego może wywoływać odmienne skutki dla ochrony bądź wzmacniania Ja. Spostrzeganie posiadanych przedmiotów jako specyficznych komunikatów, istotnych w relacjach społecznych, związanych z określaniem własnej pozycji społecznej, statusu i prestiżu, najprawdopodobniej obciąża samoocenę oraz powoduje jej obniżenie, przynajmniej w przypadku osób, dla których posiadanie dóbr materialnych jest szczególnie ważne, czyli tych, których charakteryzuje wysoki poziom materializmu. A to właśnie takie osoby mają silną tendencję — odróżniającą je od osób słabiej zorientowanych materialistycznie — do widzenia swoich rzeczy w kategoriach prestiżowych i interpersonalnych.

Możliwe jest, że spostrzeganie cenionych przez siebie dóbr w funkcjach kompleksu emocjonalnego, a zwłaszcza w funkcji hedonistycznej, jeśli nie wzmacnia, to przynajmniej chroni samoocenę i zapobiega jej obniżeniu. Wydaje się, że w sytuacji zagrożenia samooceny przywołane rzeczy o znaczeniu hedonistycznym pełnią funkcję moderatora emocji, swoistej „przysilanki” dla zagrożonego Ja, przyczyniając się do zapewnienia ich posiadaczowi emocjonalnego komfortu. Nie pełnią zatem funkcji afirmacyjnej *sensu stricto*, ale wyłumniają negatywne emocje.

W eksperymencie udział wzięła określona ze względu na wiek i rodzaj aktywności grupa badanych. Pozwoliło to na wyeliminowanie potencjalnych różnic w sposobie przypisywania funkcji posiadanym rzeczom wynikających z miejsca w cyklu życiowym, ponieważ — jak wykazano w rozdziale 2. — miejsce w cyklu życiowym modyfikuje sposób widzenia funkcji posiadanych dóbr. Jednakże koncentracja na jednej grupie uniemożliwia generali-

zacje wyników na pozostałe. W kolejnych badaniach warto byłoby sprawdzić, czy i jak spostrzeganie funkcji posiadanych dóbr oddziałuje na ich afirmacyjny potencjał. Możliwe jest bowiem, że u osób mocniej zakorzenionych w materialnej stabilizacji niż studenci, tzn. w grupie ustabilizowanych dorosłych w średnim wieku, pojawi się efekt autoafirmacyjny dóbr materialnych. Osoby takie miały bowiem czas i możliwości na to, by „obrosnąć” w rzeczy, które są powodem do dumy i satysfakcji, ponieważ symbolizują osiągnięcia i sukces życiowy. Dobra materialne są jednakże spostrzegane jako symbole sukcesu życiowego przede wszystkim przez osoby z wysokim poziomem materializmu i takie osoby mogłyby je traktować jako obiekt autoafirmacyjny. Znaczy to, że wśród badanych musieliby się pojawić usatysfakcjonowani stanem posiadania materialności; w świetle dotychczasowych badań byłoby to niezwykle rzadkim i nietypowym zjawiskiem.

## **5. Dobra materialne w służbie tożsamości jednostkowej**

### **5.1. Mieć aby być — relacja pomiędzy tożsamością jednostkową a posiadaniem dóbr materialnych**

#### **5.1.1. Pojęcie Ja, tożsamość jednostkowa a posiadanie rzeczy materialnych**

Dobra materialne — poza swoją evidentną instrumentalną funkcją „narzędzi”, umożliwiających efektywne funkcjonowanie w określonych warunkach społecznych i środowiskowych oraz przynoszących szeroko pojęte korzyści użyteczne — odgrywają istotną rolę w odniesieniu do jednostkowej tożsamości. Począwszy od teorii Ja Williama JAMESA ([1892] 2002), która stała się załącznikiem sformułowanej przez Russella W. BELKA (1988a; 1988b; 1991) koncepcji poszerzania Ja poprzez posiadanie, po psychologiczne i socjologiczno-kulturowe analizy fenomenu konsumpcji (por. BAUDRILLARD, [1970] 1998; CUSHMAN, 1990/1992; DITTMAR, 1992; LEISS, KLINE, JHALLY, 1990), uznaje się przedmioty materialne za ważny element obrazu samego siebie, znaczący składnik pojęcia Ja i istotny element jednostkowej tożsamości.

Szeroko wyrażane zainteresowanie tożsamością w kontekście posiadania dóbr materialnych i procesów konsumpcji wymaga jednakże komentarza co do statusu teoretycznego samego pojęcia „tożsamość”, pojawiającego się w tychże analizach. Najczęściej jest ono po prostu nie definiowane albo definiowane w socjologicznych kategoriach przynależności do klasy społecznej, kultury, generacji i płci, ewentualnie określane jako konsekwencja indywidualnej historii życia i efektów konfrontacji z wyzwaniami współczesnego świata, w którym konsumpcja odgrywa niebagatelną rolę (np. BAUDRILLARD, [1970] 1998; LUNT, LIVINGSTONE, 1992; SCHULTZ KLEINE, KLEINE III, ALLEN, 1995). W innych pracach rozpląta się ono w ogólnym pojęciu Ja, którego granice

są trudne do uchwycenia (BELK, 1988a). Jedynie praca Helgi DITTMAR (1992), która ma jednoznacznie psychologiczny charakter, oraz podążająca krok w krok za nią praca Margaret HOGG i Paula MICHELLA (1996) definiują precyzyjnie tożsamość w kategoriach konstrukcjonizmu społecznego, podkreślając jej społeczną genezę i funkcje.

Tymczasem pojęcie Ja oraz tożsamość jednostkowa to zagadnienia, którym w psychologii przyznaje się niezwykle istotne miejsce, traktując je jako niemalże centralne dla zrozumienia zachowania ludzi w różnych konfiguracjach społecznych i sytuacyjnych (por. BAUMEISTER, 1999). W związku z tym budzą one ogromne zainteresowanie badawcze, co przekłada się na wielość prac odnoszących się do różnych aspektów zarówno Ja, jak i jednostkowej tożsamości, mających korzenie w różnych szkołach myślenia psychologicznego — w psychoanalizie, psychologii poznawczej czy humanistycznej. Ich autorzy mają zwykle ambicje tworzenia własnych koncepcji i teorii wyjaśniających relacje pomiędzy Ja i tożsamością, istotę tożsamości i formy, w jakich występuje i jak przekłada się na codzienne funkcjonowanie jednostek. W rezultacie prowadzi to do chaosu definicyjnego, niejasności i kontrowersji, które zamiast wyjaśniać, zaciemniają cały obraz (por. przegląd podejść w pracy BIKONT, 1988), a i tak w zdecydowanej większości prac terminy „pojęcie Ja” i „tożsamość” stosowane są zamiennie. Ponieważ w niniejszej rozprawie moim celem nie jest rozwikływanie ani koncepcyjnych, ani definicyjnych problemów psychologii Ja, dalsze rozważania oparte będą na pewnych przyjętych założeniach, które — być może kontrowersyjne dla teoretyków Ja — pozwolą na w miarę klarowną analizę związku posiadanych dóbr z obrazem samego siebie, a dokładniej — z jednostkową tożsamością.

Pojęciem centralnym dla prezentowanych rozważań będzie nie szeroko rozumiane pojęcie Ja, ale raczej ta jego część, która odnosi się do poczucia tożsamości, czyli pomaga w zdefiniowaniu samego siebie i w odpowiedzi na pytanie „kim jestem?”. Całościowa struktura Ja wpływa bowiem na to, jak człowiek funkcjonuje w swoim otoczeniu w sposób w dużej mierze nieświadomy i automatyczny. Tożsamość natomiast wiąże się ze świadomym zdobywaniem orientacji co do własnej osoby. Tożsamość jednostkowa zatem rozumiana będzie w kategoriach poznawczych w sposób proponowany w wielu pracach przez Marię JARYMOWICZ (np. 1984; 1990; 1998) i Hazel MARKUS (1977). Potraktowana zostanie jako podsystem wiedzy o samym sobie, posiadane przez podmiot „wizje” własnej osoby, na które składają się najważniejsze i najbardziej dla Ja specyficzne autocharakterystyki albo — inaczej mówiąc — cechy schematowe (MARKUS, 1977). Przyjmuje się, że tożsamość to szczególnie wyrazista i centralna treść samowiedzy, w tej jej warstwie, która jest w pełni świadoma (STRYKER, 1987). Odnosi się ona do centralnych aspektów własnej osoby, organizujących doświadczenie percepcyjne, pamięciowe

i motywacyjne jednostki (GRZEGOŁOWSKA-KLARKOWSKA, 1988). Składające się na nią cechy schematowe pozwalają jednostce na poznawcze wyodrębnienie własnej osoby, zaistnienie jako Ja i zdefiniowanie tego Ja w określonych kategoriach. To wyodrębnianie wspomagane jest mechanizmem różnicowania: Ja — My — Oni. Porównanie Ja — My ma na celu znalezienie różnic pomiędzy własną osobą a osobami uznanymi przez podmiot za należące do tej samej kategorii ludzi, co on sam; porównanie My — Oni odnosi się natomiast do definiowania różnic pomiędzy „swoimi” i „obcymi”, czyli ludźmi z różnych względów spostrzeganymi jako mający mało wspólnego z podmiotem. Dopiero efekty tychże procesów porównań pozwalają na precyzyjne odróżnienie Ja od nie-Ja.

Badacze, przyznający posiadaniu dóbr materialnych i konsumpcji istotną funkcję do spełnienia względem Ja i tożsamości, uznają posiadanie zasobu takich, a nie innych dóbr materialnych, a także wybór określonego stylu konsumpcji za jedną z kategorii definiujących tożsamość „posiadacza”, pozwalających na wyodrębnienie się z całości społecznego kontekstu. JAMES ([1892] 2002), a za nim BELK (1988a; 1988b; 1991) jednoznacznie traktują posiadane dobra jako immanentną część Ja. Stwierdzenie: „jestem posiadaczem dobra X”, może stać się zatem — zgodnie z ich sposobem myślenia — cechą schematową. Podobnie Philip CUSHMAN (1990/1992), sugerując, iż „puste Ja” współczesnego człowieka domaga się wypełnienia, a dzieje się to najłatwiej poprzez konsumpcję, przyznaje stylowi konsumpcji status istotnej autocharakterystyki. W takim ujęciu posiadane dobra stanowią część tożsamości, będąc istotnym elementem „poszerzonego Ja” (BELK, 1988b).

Twierdzenie, że ludzie traktują pewne posiadane przez siebie przedmioty jako część samych siebie, z pozoru nie wymaga wyrafinowanych naukowych dowodów. Wystarczy przyrzeć się np. społecznościom pierwotnym albo sięgnąć do historii własnej kultury, której materialne świadectwa wydobywają z ziemi archeolodzy. Wśród tych znalezisk wiele jest „elementów własnego Ja” w postaci materialnych przedmiotów, które naszym przodkom wkładano do grobów. Zmarły bywał wyposażany w to wszystko, co do niego należało i co było mu niezbędne nie tylko w życiu doczesnym, ale również w pośmiertnej wędrówce i pozaziemskiej „egzystencji”. W tym sensie rzeczy te stanowiły część jego Ja; Ja wyraźnie i namacalnie rozszerzonego poza granice własnego umysłu i ciała.

Wydaje się, że w naszym współczesnym stosunku do posiadanych przedmiotów zmieniło się niewiele. „[...] samochód nie jest konkretnym przedmiotem, który trzyma się dlatego, że jest się do niego przywiązany, lecz symbolem statusu, rozszerzeniem poczucia siły — czymś podbudowującym ego. Nabywając samochód, w istocie nabywa się nowy element własnego ja” — tak pisze Erich FROMM (1995: 128) w swojej pracy o „mieć” i „być”. Potoczna „mądrość” ulicy wyraża tę samą myśl w sposób może bardziej

dosadny, precyzując, którą to część męskiego ego sportowy samochód wzmacnia, poszerza i podbudowuje. Samochód jest ulubionym przedmiotem analizowanym w kontekście poczucia tożsamości i własnej wartości, ale oczywiście inne przedmioty pełnią tę funkcję równie dobrze. Odnosi się to do ubrań, kosmetyków, biżuterii itp., a czasem do przedmiotów mało znaczących dla innych ludzi, niezmiernie zaś ważnych dla konkretnej osoby. „Wzorce konsumpcji”, opisywane w literaturze dotyczącej zachowań konsumenckich, również opierają się na założeniu, że charakter kumulatywnej konsumpcji wynika bezpośrednio z tego, jak konsument spostrzega samego siebie i co tworzy podstawowe zręby jego tożsamości (np. HOGG, MICHELL, 1996).

Sposób myślenia o posiadanych dobrach materialnych jako o części własnego Ja i elemencie konstytuującym tożsamość idzie jednakże zbyt daleko. Oczywiście, fakt bycia posiadaczem ziemi, fabryki, kolekcji rzadkiej porcelany lub zbioru niezwykłych monet albo domu o wartości historycznej może być bezpośrednio włączony w zakres obrazu samego siebie, współtworzyć własne Ja i określać jednostkową tożsamość, jednak są to sytuacje wyjątkowe. Rzeczy, które ludzie posiadają, zwykle nie odgrywają aż tak doniosłej roli. Samochód, kanapa, sukienka, biżuteria i filiżanka, z której zwykle jakaś osoba pije kawę, nie są nią samą; mogą być najwyżej formą ekspresji kluczowych komponentów jej obrazu samej siebie i tożsamości. Rzeczy nie tyle są elementami Ja i jednostkowej tożsamości, co stanowią ich symbol i wizualizację. To nie przedmiot jest częścią tożsamości, ale znaczenie, jakie ze sobą niesie. Ja zazwyczaj nie jest poszerzane przez posiadane dobra, ale raczej za ich pomocą wyrażane i komunikowane innym. Nawet w przypadku rzeczy składających się na „zeształy tożsamościowe”, które otrzymują lub gromadzą wokół siebie ludzie w warunkach życia zinstytucjonalizowanego, zagrażającego poczuciu indywidualnej tożsamości (por. GOFFMAN, 1975), sens ich posiadania nie tkwi w tym, że wchodzi w zakres Ja, ale w tym, że artykułują i wzmacniają pewne zagrożone bądź nowo przyjęte aspekty tożsamości.

Ślužebna funkcja przedmiotów materialnych w stosunku do poczucia tożsamości i obrazu samego siebie oraz ich rola w relacjach społecznych przejawiają się w bardzo różnych formach. Niektóre z nich są niezmiernie zindywidualizowane i tym samym trudne do bezpośredniej analizy, inne — o charakterze zdecydowanie społecznym — poddają się analizie, chociażby z tego powodu, że zarówno obserwator, jak i obserwowany posługują się tym samym, znanym jednej i drugiej stronie, stosunkowo jednoznacznym kodem. Tak jest w przypadku języka przedmiotów komunikujących prestiż i status społeczny bądź pełnione w danej grupie role. O wiele trudniej zrozumieć komunikaty jednostkowe zawarte w przedmiotach materialnych, wyrażających samego siebie jako indywidualium, a nie członka jakiegoś układu społecznego.

Funkcja „towarzyszenia tożsamości” i znaczenie zgromadzonych rzeczy materialnych znajdują swoje teoretyczne uzasadnienie w założeniach konstruk-

cjonizmu społecznego i symbolicznego interakcjonizmu (por. rozdział 1.). Przedmioty materialne mają znaczenie symboliczne, umożliwiające zakomunikowanie innym wielu aspektów jednostkowej tożsamości. Przedmioty, którymi otacza się dana osoba, mogą symbolicznie komunikować indywidualne właściwości jednostki, takie jak np. konwencjonalność lub nieszablonowość, ekstrawersję lub introwersję, zainteresowania i stosunek do świata. Mogą także być symbolami przynależności grupowej, uznawanych wartości i przekonań. Ludzie zatem wyrażają swoją tożsamość przez przedmioty materialne. Konsekwencją przyjęcia takich założeń jest spostrzeganie innych przez pryzmat należących do nich przedmiotów.

Sens posiadania rzeczy materialnych dla tożsamości jednostkowej w sieci społecznych interakcji w terminach konstrukcjonizmu społecznego podsumowuje DITTMAR (1992), formułując pięć założeń, które są wzajemnie od siebie zależne i następują po sobie w porządku progresywno-kumulatorywnym:

Po pierwsze — przekonanie, że posiadane rzeczy można traktować jako symbole tożsamości jednostkowej jest podzielane społecznie. Jednostki internalizują to przekonanie w procesie socjalizacji w interakcji z innymi ludźmi. Dodatkowo proces ten zostaje wzmocniony poprzez wpływ instytucji społecznych, takich jak środki masowego przekazu.

Po drugie — inni ludzie odnoszą się w do danej jednostki, biorąc pod uwagę posiadane przez nią dobra materialne. Wnioskują na tej podstawie nie tylko o jej statusie materialnym, ale również o cechach osobowości, zdolnościach i walorach moralnych. W konsekwencji zatem ocena przez jednostkę tego, jak jest spostrzegana przez innych, zależy od tego, co posiada.

Po trzecie — z powyższych dwóch założeń wynika, że jednostka określa to, kim jest, z perspektywy symbolicznego znaczenia posiadanych przez siebie dóbr. Stan posiadania stanowi zatem aktywny komponent tożsamości — czynnik symbolicznie konstytuujący ją i budujący istotną jej część.

Po czwarte — tożsamość innych jest równie widoczna w zobiektywizowanej przez stan posiadania formie, jak własna. Innych ludzi lokuje się i ewaluuje w przestrzeni społecznej, w której posiadanie stanowi znaczący segment. Posiadanie dóbr materialnych staje się wyznacznikiem miejsca jednostki w hierarchii społeczno-materialnej. Jest istotnym kryterium ustalania podobieństwa lub różnicowania w obszarze Ja — Inni oraz integracji z grupą społeczną (por. WALLENDORF, ARNOULD, 1988).

Po piąte — znaczenie posiadanych dóbr materialnych jest ustanawiane w procesie społecznych interakcji. Społecznie ustanowione i społecznie podzielane znaczenie posiadanych rzeczy jako symboli tożsamości odzwierciedla charakter relacji społecznych w ramach danej grupy.

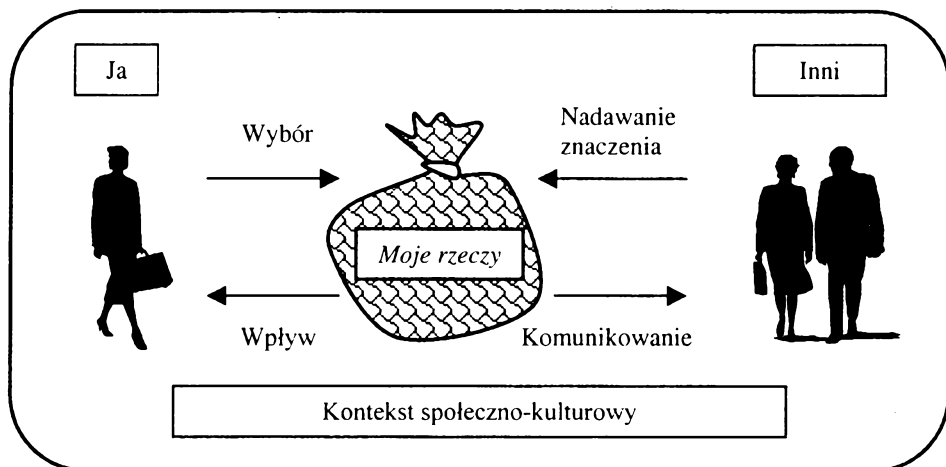
Z perspektywy konstrukcjonizmu społecznego posiadanie określonych dóbr materialnych stanowi więc element szeroko zakrojonej wewnątrz kulturowej komunikacji między ludźmi. W tym sensie przedmioty przemawiają



ustalonym w danej kulturze językiem, a dokładniej — stają się elementami szczególnego kodu, który stosowany jest przez ludzi w celu wyrażenia ich odczuć, przekonań i intencji, odnoszących się do siebie samego, innych ludzi i ogólnie świata zewnętrznego. Uwikłanie rzeczy materialnych w tożsamość jednostkową w świetle założeń konstrukttywizmu społecznego przedstawia schemat 5.1.

Schemat 5.1

**Dobra materialne a tożsamość jednostkowa**



Schemat ten pokazuje, że jednostka wybiera dla siebie pewien zasób rzeczy, tak, by pasowały one do posiadanej wizji własnej osoby. Wybór ten dokonywany jest zgodnie ze znanym i zaakceptowanym kodem, mającym swe źródła w ustaleniach społecznych, nadającym wybieranym rzeczom określone znaczenie. Otaczanie się takimi, a nie innymi przedmiotami, sposób ubierania itp. są z kolei odbierane przez innych w kategoriach tego samego kodu jako komunikat o tożsamości. Wybrane przedmioty i dobra zwrotnie oddziałują na ich posiadacza, wzmacniając symbolizowane przez siebie aspekty tożsamości. Zmiany w tejże relacji to nie tylko zmiany osobistych preferencji, ale również uzgodnionego kodu społecznego. Praktycznie w obrębie określonego kontekstu społeczno-kulturowego następuje nieustanne dopasowywanie indywidualnych wyborów i społecznych interpretacji, aby możliwa była ciągła komunikacja za pomocą posiadanych dóbr.

Zwrotność relacji określa również jej regulacyjne aspekty. Pytanie, czy to posiadacz reguluje stan swoich dóbr, czy też te dobra określają zachowanie swojego posiadacza, nie jest pozbawione sensu. Posiadanie danych dóbr materialnych zobowiązuje do pewnych zachowań. Przedmioty wymagają pielęgnacji i dbania o nie. Samochód trzeba serwisować i myć od czasu do czasu,

dom trzeba utrzymywać w należytym porządku, posiadanie ogrodu praktycznie zmienia styl życia. Pewien rodzaj ubrań pozwala na jedne zachowania, a nie pozwala na inne, trudno np. robić zakupy w długiej sukni i butach na wysokich obcasach. Do niektórych lokali nie są wpuszczane osoby „nieodpowiednio ubrane”, czyli np. mężczyźni bez krawatu. We wszystkich tych przypadkach to przecież podmiot decyduje o zaangażowaniu w taką lub inną sytuację, w której scenariusz wpisane są określone rzeczy zaspokajające określone potrzeby — podmiot reguluje swój stan posiadania i sposób użycia poszczególnych przedmiotów. „Obrastanie w rzeczy” jednakże paradoksalnie redukuje swobodę wyboru, ponieważ kolejne decyzje podejmowane muszą być tak, by uwzględniały również materialny „bagaż życiowy”. Dla posiadacza domu z ogrodem nawet wyjazd na wakacje może stać się problemem, jeśli nie ma komu powierzyć pieczy nad swoimi dobrami podczas nieobecności. W tym sensie więc dobra materialne zwrotnie oddziałują na życie ich posiadacza, regulując jego zachowanie i podejmowane decyzje. W skrajnych przypadkach człowiek może się stać niewolnikiem własnego dobytku, zwłaszcza gdy przypisuje mu szczególną wartość i rolę w swoim życiu. Złożoność regulacyjnego aspektu relacji pomiędzy podmiotem a posiadanymi przez niego rzeczami wyraźnie widać w odniesieniu do opisanych w rozdziale 3. warstw materializmu. Na poziomie materializmu funkcjonalnego to podmiot reguluje stan swego posiadania, natomiast już w przypadku materializmu aksjologicznego posiadane rzeczy przejmują dominującą i regulacyjną rolę, wpływając na ustalanie celów życiowych i sposobów ich realizacji.

### **5.1.2. Narracja osobistej historii poprzez posiadane rzeczy**

Rola rzeczy materialnych w odniesieniu do tożsamości jednostkowej uwiadacznia się również wyraziście w autonarracjach, czyli w specyficznego rodzaju „opowieściach”, jakie człowiek snuje na swój temat (por. TRZEBIŃSKI, red., 2001). To, w jaki sposób jednostka spostrzega siebie i co stanowi podstawę jej tożsamości, przejawia się w podejmowanych przez nią tematach autonarracyjnych. Taki temat może brzmieć np.: „Ja jako posiadacz”, „Ja jako osoba zamożna”. Fakt posiadania staje się wtedy bezpośrednio elementem definiującym Ja. Równocześnie przedmioty, do których ludzie się przywiązują i które uważają za ważne, mogą stanowić elementy narracyjne pewnych epizodów z historii życia jednostki, np. wątek „Ja jako superman” może wymagać oprawy w postaci odpowiedniego samochodu albo ubrania. Rzeczy stają się wówczas „rekwizytami”, współdziałającymi w opowiadaniu własnej historii.

W tych indywidualnych „opowieściach”, wykorzystujących rzeczy materialne jako elementy narracyjne, odzwierciedlają się dwa niemalże archetypalne wątki. Pierwszym wątkiem jest dążenie do afiliacji i poszukiwanie autonomii.

Wątek drugi odnosi się do temporalnego wymiaru historii życia — do zmian lub niezmienności oraz stabilności tożsamości w perspektywie przeszłości, teraźniejszości i przyszłości jednostki (por. SCHULTZ KLEINE, KLEINE III, ALLEN, 1995). Przedmioty, które są ważne dla określonej osoby, z jednej strony odzwierciedlają jej związki z innymi ludźmi, przynależność do pewnych konfiguracji społecznych i emocjonalne uwikłania, z drugiej zaś strony są świadectwem Ja autonomicznego, które odróżnia się od społecznego tła; pomagają one wyakcentować Ja w pełni indywidualne, odmienne i niezależne od innych.

Perspektywa czasowa odzwierciedla się w przywiązaniu do przedmiotów, które pomagają podtrzymać poczucie kontynuacji Ja poprzez fakt, że tworzą „osobiste muzea”, z zamkniętymi w nich świadectwami zdarzeń, związków interpersonalnych i indywidualnych osiągnięć, które zdecydowały o kierunku rozwoju i treści jednostkowej tożsamości oraz które w dalszym ciągu uważane są za istotne z punktu widzenia koncepcji Ja. Teraźniejszość wyraża się z kolei w rzeczach traktowanych jako istotne dla definicji samego siebie „tu i teraz”. W końcu rzeczy pomagają również w procesie „stawania się”. Mało wyraziste i jeszcze wątpliwe, acz zdecydowanie pożądane aspekty tożsamości mogą zostać uwydatnione i wzmocnione poprzez rzeczy, które są komunikatami o przynależności do określonej grupy, użyczającej tożsamości, albo o posiadaniu cech, jakie jednostka chciałaby posiadać (por. WICKLUND, GOLLWITZER, 1982; BRAUN, WICKLUND, 1989). W tym ostatnim przypadku posiadane rzeczy wyrażają rodzącą się dopiero tożsamość, wyznaczają rozwojową ścieżkę dla tych aspektów tożsamości, do których człowiek dopiero zmierza. Tworzenie własnego domu przez młode małżeństwo — poza swymi niewątpliwie utylitarnymi aspektami — wiąże się z gromadzeniem rzeczy zwiastujących nowe role, nowy styl życia oraz zmiany w tożsamości. Zmiana garderoby z jeansów i bawełnianych koszulek na garnitury, krawaty, markowy zegarek i skórzaną aktówkę stanowi niejednokrotnie element swoistego „rytuału przejścia” z „Ja student” do „Ja biznesmen”.

Oczywiście, nie tylko przywiązanie do pewnych przedmiotów i nadawanie im pozytywnego znaczenia w życiu jednostki pełni istotne funkcje względem tożsamości. Również pozbywanie się rzeczy zaangażowane jest w znajdowanie równowagi pomiędzy afiliacją i autonomią oraz zmianą i stabilizowaniem tożsamości. Rzeczy, które przestały pasować do aktualnej tożsamości bądź które się z nią kłócą lub stają na drodze jej rozwoju, są wyrzucane, niszczone albo oddawane innym, tak jak np. stare ubrania, z których ich właściciel „wyrósł” nie tylko w sensie fizycznym, ale i psychologicznym. Problem może pojawić się wtedy, kiedy przywiązanie do danej rzeczy i zdarzenia lub osoby, którą ona symbolizuje, nie pozwala na jej pozbycie się. Może to albo stać się przeszkodą w rozwoju tożsamości, albo być silnym znakiem tego, czym jednostka już nie jest — jako swoiste „memento”, w opozycji do którego rozwija się nowa

tożsamość. Dobrym przykładem tego typu problemów z „nową tożsamością” są rozterki i dylematy imigrantów lub osób czasowo pracujących poza swoim krajem, którzy usiłują zapuścić korzenie i zbudować nową tożsamość w odmiennych warunkach kulturowych, ekonomicznych i społecznych. Wydatnie pomagają im w tym rzeczy, które albo pieczołowicie pielęgnują, bo są elementem dawnego życia, albo nawet uzupełniają, sprowadzając z kraju pochodzenia różnego rodzaju dobra, albo — przeciwnie — wyrzucają, jeśli uznają, że już nie pasują do innych warunków i kielkującej nowej tożsamości (por. MEHTA, BELK, 1991; DAWSON, BAMOSSY, 1991).

Wraz ze zmianami treści tożsamości, dokonującymi się w ramach kolejnych etapów cyklu życiowego, zmieniają się materialne obiekty, do których jednostka jest przywiązana, następuje modyfikacja ich rodzaju i znaczeń, jakie jednostka im nadaje. Kształtowaniu się tożsamości męskiej i kobiecej w określonych warunkach społeczno-kulturowych również towarzyszą przedmioty, których funkcje i znaczenie dopasowują się do treści tożsamości (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; KAMPTNER, 1991; DITTMAR, 1992; LUNT, LIVINGSTONE, 1992).

### **5.1.3. Dyferencjacja i identyfikacja — dobra materialne w kontekście tożsamości indywidualnej i społecznej**

Przewijającymi się motywami w analizie funkcji i znaczenia nadawanego dobrom materialnym są — z jednej strony — motyw wyodrębniania Ja ze społecznego kontekstu za ich pomocą, a z drugiej — tendencja do definiowania samego siebie poprzez ciągi społecznych identyfikacji. Z punktu widzenia jednostkowej tożsamości problem ten odnosi się do dwóch subsystemów tożsamości: tożsamości indywidualnej (osobistej) i tożsamości społecznej (TAJFEL, 1978; BROWN, TURNER, 1981). Rozróżnienie pomiędzy tymi dwoma subsystemami tożsamości opiera się na efektach procesu porównań wymiarów schematowych reprezentacji Ja — My — Oni (JARYMOWICZ, 1990; 1998).

Tożsamość indywidualna to zespół istotnych autocharakterystyk, za pomocą których jednostka określa własną osobę, różnicując pomiędzy Ja i My. Składają się więc na nią schematowe wymiary Ja, nie mieszczące się w zbiorze schematowych wymiarów My. Tożsamość indywidualna określa zatem unikalne właściwości każdej osoby i wiąże się z procesami dyferencjacji oraz indywiduacji. Tożsamość społeczna z kolei to zespół autocharakterystyk, za pomocą których jednostka określa siebie, nie różnicując pomiędzy Ja i My, ale różnicując pomiędzy My i Oni. Są to więc schematowe wymiary charakterystyk My, nie mieszczące się w zbiorze wymiarów używanych przez podmiot

do opisu innych ludzi, spoza kategorii *My*. Tożsamość społeczna wiąże więc jednostkę z realną lub symboliczną grupą społeczną i zakłada proces identyfikacji oraz integracji.

Tożsamość indywidualna i społeczna to dwa rodzaje tożsamości, które bynajmniej się nie wykluczają. Ludzie mniej lub bardziej świadomie dążą do znalezienia równowagi pomiędzy tymi subsystemami (JARYMOWICZ, 1984; MARKUS, KUNDA, 1986). Punkt, w jakim taka równowaga może zaistnieć, jest determinowany zarówno przez czynniki indywidualne, jak i oddziaływania kulturowe, aktywizujące określoną formę tożsamości (REYKOWSKI, 1990). Dążenie do uzyskania pewnej równowagi pomiędzy dwoma rodzajami tożsamości zakłada istnienie kontinuum, na którego krańcach lokują się obydwie jej formy. Znaczyłoby to, że im mniej wyrazista jest tożsamość jednego typu, tym bardziej wyrazista staje się tożsamość niejako „konkurencyjna”. Takie podejście uwidacznia się np. w pracach Marii JARYMOWICZ (np. 1990), która w swoich badaniach nad różnymi aspektami funkcjonowania tożsamości jednostkowej zwykle dąży do wyselekcjonowania osób z dominacją jednej z form tożsamości. Badania cytowane przez Jean-Claude’a DESCHAMPSA i Thierry’ego DEVOSA (1998) pokazują jednakże, że chociaż czasami tak właśnie bywa, to równie możliwa jest sytuacja, kiedy identyfikacji z własną grupą oraz różnicowaniu pomiędzy grupą „swoją” i „obcą” towarzyszy poszukiwanie autocharakterystyk odróżniających jednostkę od innych członków własnej grupy. Przy opisie relacji pomiędzy tożsamością osobistą i społeczną bardziej adekwatny wydaje się model ukazujący dwie oddzielne ortogonalne względem siebie dymensje — osobistą i społeczną, na których symultanicznie mogą dokonywać się przetasowania zależne od sytuacji, kontekstu społecznego i kultury, w jakiej jednostka żyje.

Dobra materialne — zarówno te cenione, do których ludzie się przywiązują, jak i te, które odrzucają — pomagają wyartykułować i doprecyzować własną tożsamość (por. SCHULTZ KLEINE, KLEINE III, ALLEN, 1995), również w sensie wspierania procesów dyferencjacji i identyfikacji. Przykładowo, nastolatki poprzez rzeczy, które chcą mieć, i te, które już udało im się zgromadzić, a także poprzez wydzielenie i organizację własnej „przestrzeni życiowej” — z jednej strony — silnie akcentują różnice pomiędzy sobą a rodzicami, z drugiej zaś — „podpierają się” rzeczami w procesie identyfikacji z grupą rówieśniczą, użyczającą im tożsamości (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981; KAMPTNER, 1991; GÓRNIK-DUROSE, 2001a; 2001b). Te tendencje do równoczesnej dyferencjacji i integracji zaznaczają się w sposobie ubierania, zgromadzonych kolekcjach płyt, również w pielęgnowaniu rzeczy typu maskotki, drobne prezenty od przyjaciół, podkreślających indywidualność w ramach grupy, z którą młody człowiek się identyfikuje. Podobne procesy równoczesnej dyferencjacji i integracji zachodzą także w przypadku dorosłych, którym przyszło rozpocząć życie w odmiennych niż dotychczasowe warunkach

społeczno-kulturowych (MEHTA, BELK, 1991; DAWSON, BAMOSSY, 1991). Podkreślanie tożsamości określonej przez społeczne kategorie tożsamościowe, takie jak płeć, styl życia czy klasa społeczna, dokonuje się poprzez otaczanie się dobrami materialnymi specyficznego rodzaju (DITTMAR, 1992; LUNT, LIVINGSTONE, 1992), równocześnie jednak zgromadzone rzeczy mają indywidualny, osobisty charakter, odróżniający jedną osobę z danej kategorii od drugiej.

Specyficzny związek pomiędzy rzeczami a ich posiadaczem w kontekście dyferencjacji i integracji zachodzi w przypadku kolekcjonerów. Rodzaj kolekcjonowanych przedmiotów może mieć wpływ na relacje pomiędzy wyróżnianiem się a tendencją do upodabniania. W badaniach Marii KRUCZEK (2001) kolekcjonerzy rzadkiej porcelany wykazywali silną skłonność do określania się jako jednostki wyjątkowe, różniące się od innych kolekcjonerów, natomiast kolekcjonerzy podstawek pod piwo podkreślali integracyjną funkcję swych kolekcji, identyfikującą ich z innymi kolekcjonerami.

Uznanie, że dobra materialne są zaangażowane w artykułowanie własnej tożsamości, oraz rozumienie ich roli i funkcji w kategoriach komunikacji społecznej w świecie społecznie skonstruowanych znaczeń, gdzie konsumpcja stanowi punkt odniesienia dla rozumienia, kim się jest, a kim są inni, prowokuje do postawienia pytania o względną ważność posiadania w życiu osób, które mają tendencję do określania siebie bądź w kategoriach odróżniających Ja od Innych, bądź w kategoriach integrujących Ja z Innymi. Chodzi zatem o to, czy ważność posiadanych rzeczy materialnych oraz nadawane im znaczenia są odmienne dla osób z dominującą tożsamością społeczną i dla osób z tożsamością indywidualną.

Przyjmując punkt widzenia konstrukcjonizmu społecznego, zgodnie z którym sens posiadania rzeczy materialnych wynika z ich symbolicznego znaczenia, ustalanego w toku społecznych interakcji, mogłoby się wydawać, że osoby, u których dominującą formą tożsamości jest tożsamość społeczna, powinny przykładać większą wagę do posiadanych dóbr. W kategoriach tejże tożsamości analizuje się więc najczęściej ważność i znaczenie posiadanych rzeczy (DITTMAR, 1992). Są one bowiem istotnym elementem komunikacji społecznej i narzędziem precyzyjnego umiejscowienia się w sieci społecznych powiązań, umożliwiającym wyrażenie własnej tożsamości. Jednakże tożsamość społeczna — jak podkreśla JARYMOWICZ (2000) — przejawia się w odczuwaniu więzi i dostrzeganiu powiązań pomiędzy sobą i innymi ludźmi, uświadamianiu sobie wspólnoty, nawet doświadczeniu syntonii z osobami, które są źródłem wsparcia, bezpieczeństwa i zaspokajania potrzeb. Również wtedy, kiedy identyfikacja nie dotyczy ludzi, z którymi jednostka wchodzi w bezpośrednie relacje, ale odnosi się raczej do szerszej kategorii społecznej, takiej np. jak kobiety, Polacy, studenci, albo do przynależności symbolicznej, tendencja do definiowania siebie w kategoriach podobieństwa i przynależności do okreś-

lonej grupy, sama identyfikacja z nią nadaje tożsamość, wyznacza stosunkowo precyzyjne kategorie, za pomocą których osoba będąca członkiem grupy powinna się określać, oraz dostarcza repertuaru symboli, służących do wyrażenia tejże społecznej tożsamości. W takim kontekście posiadanie dóbr materialnych wydaje się więc mieć znaczenie drugorzędne, wtórne w stosunku do identyfikacji jako podstawy tożsamości. Jeśli nawet posiadanie jest wyznacznikiem tożsamości społecznej, to musi ono konkurować z innymi wyznacznikami wynikającymi z przynależności, takimi jak role społeczne, podzielenie określonych wartości, realizacja podobnych celów. W rezultacie może mieć większe znaczenie jedynie w kontekście grup i społeczności, w których cenione są wartości materialne, a stan posiadania jest warunkiem przynależności. Także w przypadku przynależności symbolicznej (JARYMOWICZ, 2000) poczucie tożsamości może wymagać wzmocnienia i wizualizacji za pomocą materialnego symbolu (np. Ja chrześcijanin).

Dyferencjacja stanowi dużo poważniejsze wyzwanie dla tożsamości niż integracja i identyfikacja. Przede wszystkim nacisk na różnicowanie Ja — Inni jest stosunkowo nową tendencją w rozwoju pojęcia Ja i jednostkowej tożsamości. Badacze, podchodzący do problemów Ja z perspektywy społecznej i historycznej (por. np. BAUMEISTER, 1987; 1995; CUSHMAN, 1990/1992) zwracają uwagę na fakt, że autonomiczne Ja oraz wyraźnie zaznaczona tożsamość indywidualna oparta na różnicowaniu Ja — Inni to produkt rozwijających się społeczeństw kapitalistycznych. Zakorzenie w tradycji, kodyfikacja reguł życia społecznego, funkcjonowanie w rolach przypisanych stopniowo są zastępowane coraz większą wolnością wyboru w warunkach coraz bardziej powiększającego się chaosu normatywnego, znajdującego swoje apogeum w globalnym społeczeństwie postmodernistycznym (por. rozdział 1.). Produktem takiego społeczeństwa — zdaniem Philipa CUSHMANA (1990/1992) — jest „puste Ja”, które poszukuje możliwości jakiegoś zakotwiczenia się i zdefiniowania.

Proces różnicowania Ja — Inni w znacznej mierze potrzebuje kategorii, w których jednostka może określać swą odrębność. Kategorie te „podpowiadane” są przez pewne normy i wskazania kulturowe (por. MARKUS, KITAYAMA, [1991] 1999). Współczesna europejska i północnoamerykańska kultura kładzie nacisk na „bycie konsumentem”, czyli posługiwanie się materialnymi wytworami w celach nie tylko instrumentalnych, ale także symbolicznych (BAUDRILLARD, [1970] 1998; FEATHERSTONE, 1990). Posiadanie określonych dóbr materialnych uznaje za jedno z najważniejszych narzędzi odróżniania się od innych. W przypadku zatem osób z dominującą tożsamością indywidualną dobra materialne powinny być szczególnie ważne, ponieważ to właśnie one mogą pomagać w zakotwiczeniu tożsamości i w wyartykułowaniu różnic pomiędzy sobą samym i innymi ludźmi. To konsumpcja przecież — jak twierdzi Jan SZCZEPAŃSKI (1981) — rozwija indywidualność i egocentryzm.

Teza o zróżnicowanej ważności i odmienności funkcji przypisywanych posiadanym dobrom materialnym przez osoby z tendencjami do określania się w kategoriach indywidualnych i społecznych poddana została weryfikacji w prezentowanych poniżej badaniach empirycznych.

## **5.2. Rodzaj tożsamości a ważność i znaczenie nadawane dobrom materialnym — badania własne**

### **5.2.1. Problem i założenia badawcze**

Stwierdzenie, czy osoby, u których dominują określone rodzaje tożsamości, różnią się w swoim stosunku do dóbr materialnych, stanowiło główny cel moich badań. Rodzaje tożsamości zdefiniowałam zgodnie z koncepcją JARYMOWICZ (1984; 1990; 1998), wyodrębniając je na podstawie relacji pomiędzy wskaźnikami odrębności schematowej Ja — My oraz wskaźnikami odrębności schematowej My — Oni. Przyjęłam za JARYMOWICZ (1990), że jeśli wskaźnik odrębności Ja — My jest niski, a wskaźnik odrębności My — Oni wysoki, to dominującą formą tożsamości jest tożsamość społeczna. Jeśli zaś wskaźnik odrębności My — Oni jest niski, natomiast wskaźnik odrębności Ja — My wysoki, to dominuje tożsamość indywidualna. Natomiast jeżeli obydwa wskaźniki są wysokie, to mamy do czynienia z równowagą tożsamości. Gdy zaś oba wskaźniki są niskie, wówczas występuje tożsamość nieuformowana. Zdecydowałam, że w badaniach, poza podstawowymi formami tożsamości — tożsamością indywidualną i społeczną, uwzględnione zostaną również dwie dodatkowe formy tożsamości — nieuformowana i zrównoważona. Założyłam przy tym, że tożsamość nieuformowana jest specyficzną formą tożsamości nie-indywidualnej, związanej z generalną nieumiejętnością wyodrębnienia się z tła społecznego, natomiast w przypadku tożsamości zrównoważonej tendencje do wyodrębniania własnej osoby i własnej grupy są wyjątkowo wyraziste.

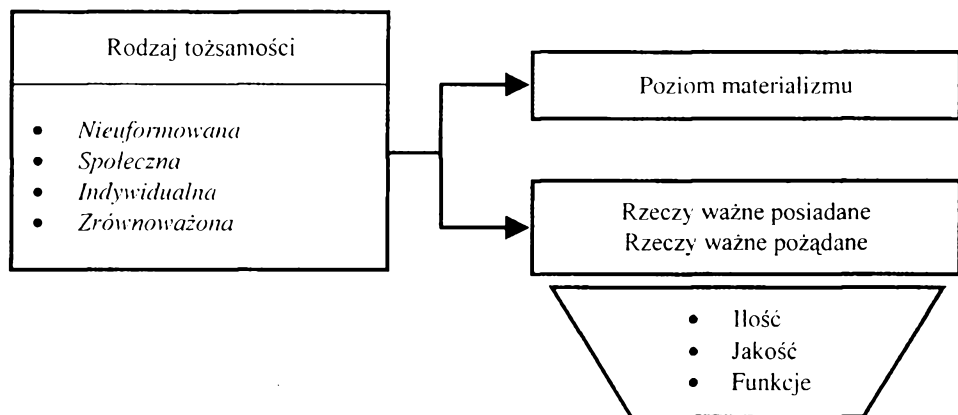
Stosunek do dóbr materialnych ujęty został wieloaspektowo, przy uwzględnieniu zgeneralizowanej postawy wobec posiadania dóbr materialnych, czyli poziomu materializmu, a także ilości i jakości cenionych rzeczy należących do ludzi oraz rzeczy, które z różnych względów chcieliby posiadać. Kolejny aspekt stosunku do dóbr określany był przez funkcje przypisywane rzeczom zarówno posiadanym, jak i pożądanym. Funkcje te wstępnie określono jako instrumentalne — utylitarna, hedonistyczna, zabezpieczająca, interpersonalna, eksploracyjna (poznawcza), i symboliczne — ekspresyjna, sentymentalna, prestiżowa (zgodnie z klasyfikacją opisaną w rozdziale 2.).



Układ zmiennych obrazuje model badawczy przedstawiony na schemacie 5.2.

Schemat 5.2

**Tożsamość jednostkowa a stosunek do dóbr materialnych —  
model empiryczny**



Przyjęto następujące hipotezy:

- Ludzie, u których dominują odmienne formy tożsamości, będą różnić się pod względem zgeneralizowanego stosunku do dóbr materialnych, czyli poziomu materializmu, oraz pod względem ilości, jakości i spostrzeganych funkcji posiadanych czy pożądanych dóbr.
- Osoby, u których dominuje tożsamość indywidualna, będą mieć ogólnie bardziej pozytywny stosunek do dóbr materialnych, wyrażający się w wyższym poziomie materializmu, niż osoby z dominującą tożsamością społeczną.
- Jednostki z dominującą tożsamością indywidualną będą posiadać więcej rzeczy uznanych przez siebie za cenne niż osoby z dominującą tożsamością społeczną. Będą to także rzeczy innego rodzaju — symbolizujące odrębność, nie przynależność. W przypadku osób z tożsamością społeczną można się spodziewać cenionych przedmiotów odzwierciedlających ich społeczne identyfikacje.
- Funkcje przypisywane cenionym rzeczom będą zróżnicowane ze względu na rodzaj tożsamości. Osoby z dominującą tożsamością społeczną będą wskazywać funkcje o charakterze integracyjnym, natomiast osoby z dominującą tożsamością osobistą — funkcje wspomagające dyferencjację.
- Trudno przewidzieć, jaki będzie stosunek do dóbr materialnych osób z tożsamością nieuformowaną i zrównoważoną. W tym drugim przypadku można spodziewać się tendencji zbliżonych do tych, które będzie można zaobserwować u osób z tożsamością indywidualną. Łączy bowiem te kate-

gorie silna tendencja do różnicowania w obydwu wymiarach relacji Ja — My — Oni.

Przyjęty model badawczy nie uwzględnia zmiennych, które w ewidentny sposób oddziałują na relację pomiędzy tożsamością jednostki a jej stosunkiem do dóbr materialnych. Są to zmienne określające kluczowe elementy takich subsystemów tożsamości, jak tożsamość płciowa lub „generacyjna”, czyli tożsamość związana z wiekiem i rodzajem aktywności, inaczej mówiąc — miejscem w cyklu życiowym. Te zmienne zwykle były jedynymi, które brano pod uwagę w dotychczas przeprowadzonych badaniach odnoszących się do posiadania dóbr materialnych w kontekście tożsamości jednostkowej (por. DITTMAR, 1992; KAMPTNER, 1991; LUNT, LIVINGSTONE, 1992). Badania pokazały, iż rzeczywiście charakter cenionych dóbr wiąże się z tożsamością definiowaną w tych zewnętrznych, społecznych kategoriach. Zidentyfikowane w badaniach zachodnich tendencje zostały potwierdzone w badaniach na polskiej próbie, których wyniki zaprezentowano w rozdziale 2.

Po to, by stwierdzić, czy rzeczywiście zróżnicowanie tożsamości określanej przez stopień odrębności Ja — My — Oni wiąże się z odmiennym stosunkiem do dóbr materialnych w różnych jego aspektach, który to stosunek nie wynika z tożsamości płciowej i generacyjnej, zdecydowano się na przeprowadzenie badań na jednej wybranej grupie, homogenicznej ze względu na płeć, wiek i rodzaj aktywności, czyli miejsce w cyklu życiowym. Badania te stanowią zatem punkt wyjścia do dalszych badań na innych grupach, wyodrębnionych na podstawie wspomnianych kryteriów.

## 5.2.2. Metody badawcze

**Rodzaj tożsamości.** Konstrukcję metody do badania tożsamości oparto na założeniach i procedurze zaproponowanej przez Marię JARYMOWICZ (1984; 1990; 1998). Punktem wyjścia tej procedury jest tzw. Kwestionariusz Spostrzegania Społecznego, składający się z 70 cech, podanych w formie rzeczownikowej. Osoba badana zakreśla te cechy, które — zgodnie z instrukcją — bierze pod uwagę, myśląc o sobie lub innych ludziach. Następnie z zakreślonych cech wybiera 10, które bierze pod uwagę najczęściej. Badany powtarza procedurę trzy razy w odniesieniu do cech innych ludzi, cech osób należących do kategorii My oraz cech własnych. Wskazane w efekcie realizacji trzech kolejnych zadań właściwości traktuje się jako cechy schematowe. Wskaźnik odrębności schematowej określa się na podstawie liczby cech, które osoba badana wskazała w odniesieniu do jednego obiektu i zarazem nie wskazała w odniesieniu do innego.

Identyczny tok rozmowy i sposób postępowania zastosowano przy tworzeniu narzędzia na potrzeby niniejszej pracy. Różnica dotyczyła jedynie

tego, że lista cech zwiększona została do 80, spośród których — w założeniach — po 20 odnosiło się do takich kategorii właściwości psychologicznych, jak: (a) cechy osobiste, np. atrakcyjność fizyczna, poczucie humoru, odporność psychiczna; (b) charakterystyki moralne, np. hojność, lojalność, sprawiedliwość; (c) charakterystyki sprawnościowe odnoszące się do efektywności i zdolności realizowania zadań, np. aktywność, kompetencja, pracowitość; (d) właściwości interpersonalne, np. dawanie oparcia, uprzejmość, życzliwość.

Zgodnie z sugestią JARYMOWICZ (1990), opartą na danych uzyskanych w badaniach JARYMOWICZ i CODOLA (1979), wskazujących, że kategorie opisu samego siebie służą zwykle za prototyp w spostrzeganiu innych ludzi, nie należy więc ich uaktywniać na początku procedury, badanie rozpoczęto od wyodrębniania właściwości, jakie osoby badane biorą pod uwagę, myśląc o innych ludziach. Następnie proszono badanych o określenie, kogo mają na myśli najczęściej, kiedy mówią: „My”. Potem badani mieli wybrać określenia stosowane przez nich najczęściej w odniesieniu do kategorii My. Na zakończenie badani wskazywali charakterystyki, jakich używają w stosunku do samych siebie. W każdym etapie wybierali i wpisywali w odpowiednie rubryki 10 najważniejszych właściwości. Liczba cech, które nie powtarzały się w zbiorze 10 cech przypisanych Ja i przypisanych My, stanowiła wskaźnik odrębności schematowej Ja względem My, natomiast liczba cech nie powtarzających się wśród 10 cech przypisanych My i przypisanych Innym została wskaźnikiem odrębności My względem Inni.

**Ogólny stosunek do dóbr materialnych — poziom materializmu.** Zmienną tę badano za pomocą Skali do Badania Stosunku do Dóbr Materialnych (*SDM*), opisaną w rozdziale 3. Wskaźnik rzetelności tej skali w prezentowanych badaniach wyniósł  $\alpha = 0,81$ .

**Cenione dobra materialne — posiadane i pożądane.** Relacje z dobrami materialnymi badano za pomocą Kwestionariusza „Rzeczy i ludzie”. W pierwszej części kwestionariusza badani proszeni byli o wymienienie posiadanych przez siebie rzeczy, które uznają za cenne dla nich z różnych względów. Następnie badani mieli wymienić przedmioty, których nie posiadają, a które bardzo chcieliby mieć. Badani mogli wymienić maksymalnie 10 rzeczy ważnych posiadanych i pożądanych, ale — zgodnie z instrukcją — nie musieli wypełniać wszystkich miejsc na załączonym formularzu. W ten sposób możliwe było sprawdzenie liczby przedmiotów, które badani wymieniali spontanicznie. Następne zadanie badanych polegało na zakwalifikowaniu wymienionych rzeczy do podanych i zdefiniowanych kategorii funkcji. Były to — w kolejności — funkcje: utylitarna, hedonistyczna, prestiżowa, ekspresyjna, zabezpieczająca, sentymentalna, interpersonalna i poznawcza. Jeden przedmiot mógł zos-

tać umieszczony w kilku kategoriach funkcji. Wskaźnikiem względnej ważności poszczególnych funkcji w odniesieniu do wymienianych rzeczy był stosunek liczby przedmiotów posiadanych i pożądanych umieszczanych w danej funkcji do sumy wszystkich podanych rzeczy.

### 5.2.3. Procedura

Badania przeprowadzano w małych grupach po to, by możliwe było kontrolowanie prawidłowości wypełniania przygotowanych kwestionariuszy, które były skomplikowane, pracochłonne i czasochłonne — ich wypełnienie zabierało średnio 50—60 minut.

Po szczegółowym zapoznaniu badanych z metodą służącą do określenia rodzaju tożsamości i po wyjaśnieniu wszelkich wątpliwości co do procedury badani przystępowali do zaznaczania właściwości, które najczęściej biorą pod uwagę przy opisywaniu innych ludzi, osób z kategorii *My* oraz samych siebie. Następnie wypisywali posiadane i pożądane rzeczy ważne oraz kwalifikowali je do podanych funkcji, zgodnie z instrukcjami Kwestionariusza „Rzeczy i ludzie”. Potem ustosunkowywali się do stwierdzeń Skali do Badania Stosunku do Dóbr Materialnych (*SDM*).

### 5.2.4. Grupa badana

W badaniu wzięło udział 200 kobiet w wieku od 19 do 24 lat, studentek różnych wydziałów Uniwersytetu Śląskiego i Międzynarodowej Śląskiej Szkoły Handlowej w Katowicach. Przeprowadzono analizę wyników 183 kompletnych zestawów kwestionariuszy, z uwagi na poważne braki danych i niezrozumienie bądź zignorowanie instrukcji w 17 zestawach. W poszczególnych analizach liczba badanych może się wahać z uwagi na dalsze mniej znaczące braki danych.

### 5.2.5. Rodzaj tożsamości a stosunek do dóbr materialnych — wyniki badania

Czy różne rodzaje tożsamości jednostkowej różnicują stosunek do dóbr materialnych? Odpowiedź na to pytanie rozpoczęto od zidentyfikowania dominującej tożsamości badanych na podstawie wskaźników odrębności schematowej: *Ja* — *My* — *Oni*, czyli tożsamości indywidualnej, społecznej, nieuforowanej i zrównoważonej. Do grupy z tożsamością nieuforowaną zakwalifikowano 24 osoby. Tożsamość społeczna dominowała u 50 badanych, tożsa-

mość indywidualna — u 45 osób. Tożsamość zrównoważoną zidentyfikowano u 62 badanych.

Następnie przystąpiono do poszukiwania różnic pomiędzy preferencjami odnoszącymi się do liczby, rodzaju i funkcji dóbr materialnych, wyrażanymi przez osoby o zróżnicowanej tożsamości i zróżnicowanym poziomie materializmu.

**Liczba wymienianych rzeczy.** Porównanie liczby wymienianych przedmiotów uznanych za cenne przez osoby z różnymi formami dominującej tożsamości ujawniło pewne tendencje. Średnie zestawiono w tabeli 5.1.

Tabela 5.1

**Liczba wymienianych dóbr**

Rodzaj tożsamości	Rzeczy posiadane	Rzeczy pożądane
Nieuformowana	6,67	3,48
Spółeczna	7,12	3,83
Zrównoważona	7,14	4,24
Indywidualna	7,40	4,64
Istotność różnic	$p = 0,55$	$p = 0,07$

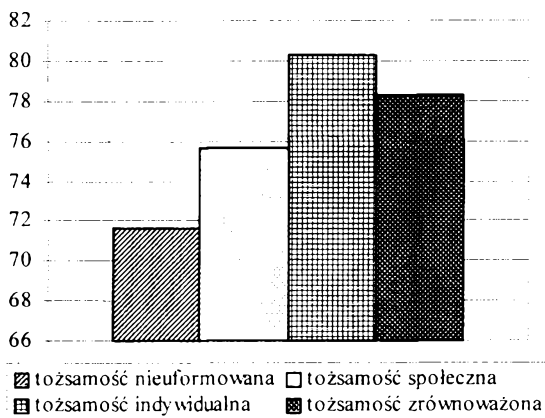
Różnice na pograniczu istotności odnosiły się do rzeczy pożądanych przez badanych ( $\chi^2 = 7,02$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,07$  w Teście Kruskala—Wallisa). Osoby z tożsamością nieuformowaną i społeczną wymieniały znacznie mniej rzeczy pożądanych niż osoby z tożsamością zrównoważoną, a zwłaszcza indywidualną. Taka sama tendencja ujawniła się w przypadku liczby dóbr posiadanych. Była ona jednak nieistotna statystycznie.

**Rodzaj wymienianych dóbr.** Nie udało się wyodrębnić klarownego wzorca kategorii przedmiotów, uznawanych za ważne przez osoby z odmiennymi rodzajami tożsamości. Wymieniane przedmioty były bardzo podobne, właściwe dla młodych kobiet bez trwałych związków rodzinnych. Wymieniane były takie dobra, jak ubrania, kosmetyki, książki, płyty, wyposażenie i urządzenie domu / mieszkania itp. (por. rozdział 2.). Istotna różnica ujawniła się tylko w przypadku osób z nieuformowaną tożsamością, które wymieniały znacząco więcej drobnych przedmiotów o charakterze pamiątek, maskotki itp. niż przedstawicielki pozostałych grup ( $\chi^2 = 8,71$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,033$ ). Ważne dla tych osób były także rzeczy należące do innych, a mające sentymentalne konotacje dla nich samych oraz dokumenty zaświadczające o nabyciu pewnych istotnych kwalifikacji (np. dyplom ukończenia jakiejś szkoły).

**Ogólny stosunek do dóbr materialnych — poziom materializmu.** Jednoczynnikowa analiza wariancji ujawniła istotne zróżnicowanie poziomu materializmu wśród osób z odmiennymi rodzajami tożsamości ( $F_{(3;177)} = 2,82$ ;

$p = 0,04$ ). Średnie wskaźniki poziomu materializmu dla różnych tożsamości przedstawia wykres 5.1.

**Wykres 5.1**  
**Rodzaje tożsamości a poziom materializmu**



Wskaźniki materializmu osób z nieufirmowaną tożsamością były znacząco niższe niż osób z tożsamością indywidualną ( $p = 0,002$  w teście *post hoc* Tukeya) i zrównoważoną ( $p = 0,017$  w teście *post hoc*). Znacząco to, że tożsamość indywidualna i zrównoważona sprzyjały kształtowaniu się bardziej pozytywnego stosunku do dóbr materialnych niż pozostałe formy tożsamości, zwłaszcza tożsamość nieufirmowana.

**Funkcje cenionych dóbr.** Osoby badane miały za zadanie przypisać wymieniane przez siebie dobra do 8 kategorii funkcji — instrumentalnych i symbolicznych, opisanych w rozdziale 2. Uzyskane dane dotyczące funkcji przypisywanych cenionym rzeczom poddano następnie analizie czynnikowej. Zastosowano metodę głównych składowych z rotacją Varimax i normalizacją Kaisera. Miary adekwatności doboru próby przedstawiały się następująco:  $KMO = 0,75$ , czyli według kryteriów Kaisera wskaźnik osiągnął co najmniej „niezły” poziom; wartości współczynników dla poszczególnych zmiennych mieściły się w przedziale od 0,66 do 0,85; wynik testu sferyczności Bartletta pozwolił odrzucić hipotezę o macierzy jednostkowej ( $\chi^2 = 404,31$ ;  $df = 28$ ;  $p < 0,0001$ ). W takich warunkach przeprowadzenie analizy czynnikowej miało uzasadnienie.

W wyniku tej analizy potwierdzono istnienie trzech składowych (kompleksów) określających wewnętrzną strukturę funkcji, zidentyfikowanych w badaniach przedstawionych w rozdziale 4. Kompleksy te wyjaśniały łącznie 69% wariancji. Strukturę kompleksów funkcji wraz z ładunkami czynnikowymi prezentuje tabela 5.2.

Tabela 5.2

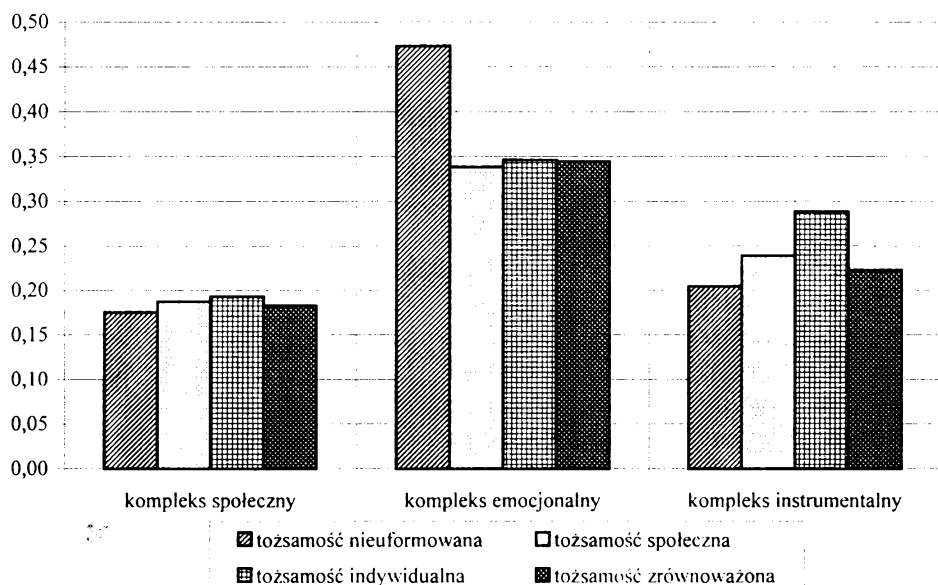
**Kompleksy funkcji  
przypisywanych cenionym dobrom materialnym  
(wraz z ładunkami czynnikowymi o wartościach powyżej 0,4)**

Funkcje	Kompleksy funkcji		
	instrumentalny	emocjonalny	społeczny
Utylitarna	0,92	—	—
Interpersonalna	0,62	—	0,46
Poznawcza	0,52	—	0,45
Hedonistyczna	—	0,79	—
Sentymentalna	—	0,87	—
Ekspresyjna	0,47	0,62	—
Zabezpieczająca	—	—	0,83
Prestiżowa	—	—	0,79

Porównanie średnich wskaźników częstotliwości lokowania cenionych dóbr w obrębie trzech kompleksów funkcji przeprowadzono za pomocą jedno-czynnikowej analizy wariancji. Zestawienie średnich wskaźników przedstawia wykres 5.2.

Wykres 5.2

**Wskaźniki częstotliwości lokowania cenionych dóbr w obrębie trzech kompleksów funkcji**



Wyraźnie zaznaczającą się tendencją było lokowanie wymienianych rzeczy najczęściej w funkcjach kompleksu emocjonalnego. Pozostałe dwa kompleksy badani wykorzystywali zdecydowanie rzadziej.

Rodzaj tożsamości nie różnicował stopnia, w jakim badani przypisywali funkcje kompleksu społecznego cenionym przez siebie przedmiotom ( $F_{(3,177)} = 0,07$ ;  $p = 0,97$ ). Wywarł natomiast istotny wpływ na przypisywanie cenionym rzeczom funkcji zarówno z kompleksu emocjonalnego ( $F_{(3,177)} = 3,28$ ;  $p = 0,02$ ), jak i z kompleksu instrumentalnego ( $F_{(3,177)} = 2,66$ ;  $p = 0,05$ ). Kompleks emocjonalny miał istotnie większe znaczenie dla osób z tożsamością nieuformowaną w porównaniu z osobami z innymi dominującymi formami tożsamości (w teście *post hoc* różnice istotne przy  $p < 0,05$ ). Kompleks instrumentalny z kolei odróżniał osoby z tożsamością indywidualną od osób z tożsamością nieuformowaną i zrównoważoną — przejawiały one tendencję do częstszego lokowania dóbr w ramach tegoż kompleksu (w teście *post hoc* tendencja przy  $p < 0,08$ ).

### 5.2.6. Dlaczego osoby z tożsamością indywidualną bardziej niż inne potrzebują dóbr materialnych? — dyskusja wyników

Zgodnie z przewidywaniami osoby z tożsamością indywidualną przejawiały bardziej pozytywny stosunek do dóbr materialnych, ceniły więcej dóbr i więcej ich potrzebowały niż osoby z tożsamością społeczną, a zwłaszcza niż osoby z tożsamością nieuformowaną. W stosunku do cenionych rzeczy tożsamości „hybrydowe”, tzn. nieuformowana i zrównoważona, zbliżyły się do dwóch podstawowych form tożsamości. U osób z tożsamością nieuformowaną zaobserwowano zaostrzone charakterystyki stosunku do dóbr, właściwe osobom z tożsamością społeczną, natomiast stosunek do dóbr materialnych osób z tożsamością zrównoważoną i osób z tożsamością indywidualną był podobny.

Osoby z tożsamością rozmytą, nieuformowaną w najmniejszym stopniu potrzebują dóbr materialnych. W ich przypadku przypisywana dobroci ważność opiera się na hedonistycznych i integrujących aspektach. Ich przeciwnieństwem są osoby z tożsamością indywidualną, które zdecydowanie kładą nacisk na ważność posiadania jako takiego, którego sens upatrują — w znacznym stopniu — w spełnianiu przez rzeczy funkcji instrumentalnych. Tożsamość zrównoważona koresponduje ze stosunkowo wysokim poziomem materializmu, właściwym tożsamości indywidualnej, natomiast nie łączy się z nadawaniem szczególnego znaczenia funkcjom kompleksu instrumentalnego. Tożsamość społeczna z kolei wiąże się z niższym poziomem materializmu, jednakże osoby z tą formą tożsamości nie wyróżniają funkcji z kompleksu



emocjonalnego tak silnie, jak dzieje się to w przypadku osób z tożsamością nieuformowaną.

Tożsamość nieuformowana, którą charakteryzuje niski poziom odrębności zarówno w wymiarze Ja — My, jak i My — Oni, wiąże się ze swoistym rozmyciem Ja, czyli generalnie bardzo słabym wyodrębnieniem. Osoba z taką nieuformowaną tożsamością rozplątywa się w szerokim społecznym kontekście, nie będąc w stanie dokonać ani wyodrębniania na poziomie indywidualnym, ani wyrazistej identyfikacji społecznej. Rzeczy materialne nie są zatem jej potrzebne do wyartykułowania tożsamości, jest ona bowiem przejmowana od otoczenia.

Tożsamość zrównoważona, czyli taka, w przypadku której poziom odrębności na poziomie Ja — My i My — Oni jest wysoki, charakteryzuje się wyjątkowo wyrazistym zaznaczaniem własnego Ja, ale w ramach wyrazistej identyfikacji społecznej. W takiej sytuacji rzeczy mogą być wykorzystywane na dwa sposoby — jako narzędzia zaznaczania Ja indywidualnego, czyli narzędzia dyferencjacji, oraz jako symbole przynależności do grupy własnej, czyli narzędzia integracji.

Zestawy przedmiotów wymienianych przez osoby o odmiennym charakterze tożsamości jednostkowej nie różniły się zbytnio między sobą. Ich rodzaj wynikał w większym stopniu z charakteru aktywności i miejsca w cyklu życiowym niż z dominującej formy tożsamości. Tożsamość ujmowana w kategoriach płci i stylu życia jest uzupełniana i wypełniana przez rzeczy — udowodniły to wyniki cytowanych już wielokrotnie w poprzednich rozdziałach badań. Natomiast tożsamość jednostkowa, operacjonalizowana w kategoriach porównań Ja — My — Oni, nie zróżnicowała kategorii przedmiotów przez badanych uznawanych za cenne.

Stało się tak prawdopodobnie dlatego, że współczesna cywilizacja wymusza pewien konsumpcyjny standard. Ludzie posiadają lub pragną posiadać pewne rzeczy, bo wymaga tego życie w danej kulturze i warunkach, określonych przez technologiczny i cywilizacyjny rozwój. Dobra, których posiadanie jest niejako „podzielane” przez wszystkich partycypujących w danej kulturze, nie podlegają tożsamościowej dyferencjacji. Wszyscy za cenne dobro uznają dom lub mieszkanie wyposażone w stół, krzesła, łóżko, lodówkę i pralkę. Diagnostyczne z tożsamościowego punktu widzenia byłyby dopiero gatunki i marki tych rzeczy (por. LUNT, 1995) albo przedmioty, które — zgodnie z kulturowym standardem — można, ale niekoniecznie trzeba, mieć. Tak potraktować można kolekcje drobnych przedmiotów o małej utylitarnej wartości, uznawanych za ważne przez osoby z nieuformowaną tożsamością, nadające im emocjonalno-ekspresyjnego znaczenia.

O wpływie tożsamości na preferencje odnoszące się do dóbr materialnych wyraźnie świadczy nie to, co ludzie posiadają, ale to, jakie nadają znaczenie

posiadanym i pożądanym rzeczom. Sens posiadania oddają przypisywane rzeczom funkcje. Jak wykazano w rozdziale 2., ważność rzeczy ze względu na pełnione przez nie funkcje — hedonistyczną, ekspresyjną i sentymentalną — jest charakterystyczną tendencją obserwowaną wśród młodych kobiet. Częstotliwość przypisywania cenionym rzeczom tychże funkcji — z dominującym kompleksem emocjonalnym — odzwierciedla tę tendencję. Jednakże w ramach ogólnego wzorca zarysowały się wyraźne różnice, których pojawienie się należy przypisać zróżnicowanej tożsamości. Kompleks emocjonalny z wyraźnym podtekstem ekspresyjnym okazał się znacząco ważniejszy dla osób z tożsamością nieuformowaną niż dla pozostałych uczestników badań. Wskazuje to na tendencje do traktowania dóbr materialnych jako swoistej „przysług” — posiadane rzeczy mają dostarczać przyjemnych doznań oraz modyfikować emocje związane z własną osobą, a także pielęgnować relacje z innymi poprzez należące kiedyś do tych „znaczących innych” przedmioty o znaczeniu sentymentalnym dla obecnego posiadacza. Z kolei włączona w ten kompleks funkcja ekspresyjna jest z natury swojej funkcją komunikacyjną. Rzeczy pełniące tę funkcję stają się ważne dopiero w sieci społecznych zależności. Przedmiot stanowi cenny komunikat o danej osobie, zwłaszcza wówczas gdy można go przekazać jakiemuś odbiorcy.

W przypadku osób z dominującą tożsamością indywidualną ważniejsze znaczenie niż dla innych osób miały rzeczy w funkcjach kompleksu instrumentalnego, czyli obiekty, których posiadanie ma sens ze względu na umożliwienie posiadaczowi realizacji założonych przez niego celów. Posiadanie rzeczy w takich funkcjach, np. odpowiednich książek, sprzętu gospodarstwa domowego, pozwala wyraźniej zaistnieć poprzez niezależność w wypełnianiu zadań i zamierzeń.

Wśród wymienianych przez osoby badane rzeczy nie było takich, które mogłyby symbolizować identyfikacje społeczne, co szczególnie w przypadku osób z dominującą tożsamością społeczną mogło zastanawiać. Analiza wskazywanych przez badanych kategorii osób, które spostrzegały one jako *My*, pozwoliła jednakże wyjaśnić ten brak. Otóż w zdecydowanej większości przypadków wskazywane identyfikacje były identyfikacjami realnymi, nie symbolicznymi (por. TURNER, HOGG, OAKES, REICHER, WETHERELL, 1987), badanym nie potrzebne były zatem żadne materialne wskaźniki przynależności. Charakter identyfikacji osób z różnymi rodzajami tożsamości przedstawia tabela 5.3.

W polach tabeli zestawiono procenty osób z danym rodzajem dominującej tożsamości, wskazujących określony rodzaj identyfikacji. Identyfikacje podzielono na trzy kategorie (por. JARYMOWICZ, 2000). Pierwsza kategoria: realna przynależność — związki osobiste odnosi się do kategorii *My* w rozumieniu rodziny, przyjaciół, grupy kolegów ze studiów oraz innych grup,

z którymi dana osoba miała bezpośrednie kontakty interpersonalne. Druga kategoria: realna przynależność — kategorie społeczne odnosi się do takich zaszeregowień, jak: my studenci, my kobiety, my Polacy. Przynależność symboliczna natomiast oparta jest na wyznawaniu podobnych zasad, postępowaniu zgodnie z podobnym systemem wartości.

Tabela 5.3

**Charakter identyfikacji u osób z różnymi rodzajami tożsamości**

Charakter identyfikacji	Rodzaj tożsamości			
	nieuformowana	społeczna	indywidualna	zrównoważona
Realna przynależność — związki osobiste	100%	96%	89%	89%
Realna przynależność — kategorie społeczne	12,5%	14%	20%	17,7%
Przynależność symboliczna	16,6%	6%	4%	11,3%

Dane procentowe w polach tabeli nie sumują się do 100%, ponieważ w nielicznych przypadkach osoby badane wskazywały kilka kategorii identyfikacji. Szczególnie było to charakterystyczne dla osób z tożsamością neuformowaną

We wszystkich grupach dominująca forma identyfikacji oparta była na realnej przynależności i związkach osobistych — w nieco mniejszym procencie w przypadku osób z tożsamością indywidualną i zrównoważoną, dla których większego — niż dla przedstawicieli innych grup — znaczenia nabierały identyfikacje polegające na przynależności do pewnych kategorii społecznych. Przynależność symboliczną wskazywało najmniej osób, a były to częściej osoby z tożsamościami „hybrydowymi”, czyli neuformowaną i zrównoważoną, niż osoby z tożsamością społeczną i indywidualną.

W grupach, które funkcjonują na zasadzie bliskich związków emocjonalnych, nie ma problemów z określeniem, kto jest członkiem takiej grupy, a kto nie. Zewnętrzne wskaźniki przynależności są po prostu zbędne — nikt nie potrzebuje materialnego symbolu przynależności do rodziny Kowalskich czy grupy przyjaciół, spędzających ze sobą czas. Grupa bliskich sobie osób, która nadaje tożsamość, nie wymaga zaznaczenia tejże tożsamości poprzez rzeczy; w takim kontekście mogą najwyżej pojawić się cenione rzeczy o charakterze sentymentalnym, przywołujące zdarzenia i osoby ważne dla danej grupy, jak np. zdjęcia. Stąd też, zwłaszcza osoby, które nie różnicują wyraźnie Ja od My, jako cenne traktują rzeczy właśnie o takim charakterze bądź rzeczy, których posiadanie ma wyraźnie hedonistyczny wymiar.

Osoby z tożsamością indywidualną poszukują natomiast kategorii do samo-określenia. Mogą nimi być kategorie społeczne, takie jak kobieta, student, Ślązak itp. Równocześnie mogą to być kategorie zupełnie innego rodzaju, do których wyartykułowania potrzebne są jakieś instrumenty, również w po-

staci materialnych rzeczy, określające: „jestem osobą niekonwencjonalną” — poprzez ubiór, „jestem erudyta” — poprzez kolekcję książek na dany temat, „jestem wyrafinowanym estetą” — poprzez cenną kolekcję rzadkiej porcelany.

Przedstawione wyniki badań skoncentrowanych na problemie relacji pomiędzy tożsamością jednostkową a różnymi aspektami stosunku do dóbr materialnych pozostawiają nieco z boku fakt, iż tożsamość jednostkowa w jej różnych formach ma silne uwikłania społeczne. Jak podkreślają Roy F. BAUMEISTER (1987; 1995) i Philip CUSHMAN (1990/1992), jej treść i forma dopasowane są do określonych warunków historycznego rozwoju. Równie silne uwikłania społeczne i kulturowe mają procesy nadawania znaczenia posiadanym przedmiotom, co szczególnie podkreślane jest w podejściu do tych zagadnień wywodzącym się z konstrukcjonizmu społecznego. Tożsamość jako szczególnie element samowiedzy wiąże się z ogólniejszym systemem przekonań, odnoszących się do świata społecznego, charakteru interakcji międzyludzkich, wyznaczników i norm podejmowania społecznej aktywności, a także do miejsca dóbr materialnych w tymże świecie społecznych relacji. Obszar takich przekonań stanowi sferę „mentalności”, rozumianej jako zespół założeń normatywnych, które wyznaczają ogólne orientacje społeczne — indywidualistyczną i kolektywistyczną (REYKOWSKI, 1990). Uformowanie się tożsamości indywidualnej jest warunkiem wytworzenia się indywidualistycznej orientacji społecznej, natomiast orientacja kolektywistyczna tworzy się na podstawie tożsamości społecznej. Orientacje te kształtują się w ścisłym związku z warunkami kulturowymi i społecznymi, które w określonym momencie mogą bardziej sprzyjać albo dyferencjacji i indywiduacji, albo identyfikacji i integracji.

Problem funkcji i znaczenia nadawanego dobrom materialnym w zróżnicowanych konfiguracjach, obejmujących tożsamość jednostkową jako jądro orientacji społecznych oraz kontekst kulturowy, jest przedmiotem rozważań w kolejnym rozdziale.

## **6. Społeczno-kulturowy kontekst stosunku do dóbr materialnych**

### **6.1. Indywidualizm i kolektywizm — podstawowe wymiary orientacji społecznych**

Odmienność współczesnych społeczeństw, dająca się zaobserwować nawet w dobie silnych tendencji globalizacyjnych, opiera się nie tylko na różnicach w poziomie rozwoju ekonomicznego, ale również — a może przede wszystkim — na różnicach kulturowych, przejawiających się w sferze społecznej i psychologicznej. Warunki naturalne i wynikające z nich najbardziej adaptacyjne wzorce zachowań, drogi historycznego rozwoju, uznawane wartości i mentalność ludzi tworzących dane społeczeństwo (por. Boski, 1999) wiążą się ściśle z ekonomicznymi i ideologicznymi przesłankami funkcjonowania poszczególnych systemów społecznych. Z psychologicznego punktu widzenia rozumienie procesów i zjawisk społecznych, w tym zjawisk lokujących się na pograniczu sfery *stricte* ekonomicznej i społecznej, takich jak posiadanie i dysponowanie zasobami materialnymi, wymaga koncentracji na indywidualnych procesach ewaluacji, przebiegających w myślach i emocjach poszczególnych jednostek wchodzących w skład określonej społeczności. Ewaluacja taka dokonuje się na podstawie pewnych założeń normatywnych, które Janusz REYKOWSKI (1990) uważa za osiowy składnik mentalności.

Zdaniem REYKOWSKIEGO (1990) założenia normatywne opisać można na czterech podstawowych wymiarach. Pierwszy z nich dotyczy sposobu ujmowania człowieka oraz jego relacji z grupą — jest to wymiar indywidualizmu bądź kolektywizmu. Drugi wymiar odnosi się do założeń na temat pozycji i statusu osób w obrębie grupy oraz grup pomiędzy sobą — jest to wymiar stosunków hierarchicznych bądź równościowych. Kolejny wymiar opisuje charakter stosunków między ludźmi w kategoriach antagonizmu bądź

synergii. Czwarty natomiast zwraca uwagę na produktywność lub receptywność uczestnictwa w życiu zbiorowości.

Kolektywizm i indywidualizm aktualnie wydają się jedną z podstawowych psychologiczno-społecznych charakterystyk odnoszących się do ludzi pochodzących z różnych społeczności i kultur (por. HUI, TRIANDIS, 1986; KIM, TRIANDIS, KAGITCIBASI, CHOI, YOON, eds., 1994; MARKUS, KITAYAMA, [1991] 1999; TRIANDIS, 1995; CIALDINI, WOSIŃSKA, BARRETT, BUTNER, GÓRNIK-DUROSE, 1999). Jednakże w definiowaniu tego wymiaru nie tylko brak jest conceptualnego konsensusu, ale na dodatek terminy „indywidualizm”, a zwłaszcza „kolektywizm”, pociągając za sobą pewne filozoficzno-ideologiczne konotacje, obciążone są silnym ładunkiem nierzadko negatywnych emocji (por. DAAB, 1990; OBUCHOWSKI, 1990). Z tego też powodu trudności w doprecyzowaniu obydwu terminów często prowadzą do zbędnych sporów, które nie mają na celu zrozumienia istoty zjawisk ukrytych za zakładaną dychotomią: indywidualizm — kolektywizm, ale raczej obronę przed negatywnym wydźwiękiem samych pojęć.

Koncepcje zbliżone do współczesnego rozumienia indywidualizmu i kolektywizmu pojawiały się w pracach filozofów już od przełomu XVIII i XIX w. (por. np. OBUCHOWSKI, 1990; GELFAND, TRIANDIS, CHAN, 1996). Pierwszą empiryczną próbę uchwycenia tych zjawisk zawdzięczamy Geertowi HOFSTEDE'OWI (1980), który przetwarzając dane uzyskane z szeroko zakrojonych badań przeprowadzonych wśród pracowników IBM w 53 krajach, zidentyfikował indywidualizm i kolektywizm jako kulturowy wzorzec wpływający na zachowanie ludzi różnych nacji. HOFSTEDE (1980; 2000) sprowadził — w ogromnym uproszczeniu — kolektywizm do przedkładania dobra grupy nad dobro jednostki, a indywidualizm do przedkładania dobra jednostki nad dobro grupy. Jego zdaniem indywidualizm i kolektywizm tworzą bipolarny wymiar, co oznacza, że im bardziej dana kultura jest indywidualistyczna, tym równocześnie mniej jest kolektywistyczna, i na odwrót.

W ciągu niespełna 20 ostatnich lat wgląd w mechanizmy oraz zjawiska kryjące się pod pojęciami kolektywizmu i indywidualizmu niezmiernie się poszerzył, zarazem ulegając pogłębieniu. Nastąpiło zdecydowane odejście od uproszczonej — choć niewątpliwie pionierskiej — koncepcji Hofstede'a. Przede wszystkim zaczęto traktować kolektywizm i indywidualizm nie tylko jako wzorzec kulturowy, ale również jako charakterystykę indywidualną jednostek żyjących w obrębie poszczególnych kultur (por. TRIANDIS, LEUNG, VILLAREAL, CLACK, 1985; TRIANDIS, 1995; SINGELIS, TRIANDIS, BHAWUK, GELFAND, 1995; CIALDINI, WOSIŃSKA, BARRETT, BUTNER, GÓRNIK-DUROSE, 1999). Jako charakterystykę indywidualną wiązano je z różnymi aspektami tożsamości jednostkowej (por. JARYMOWICZ, 1999; MARKUS, KITAYAMA, [1991] 1999; REYKOWSKI, 1990).

Zacząto poszukiwać specyficznych atrybutów kolektywizmu i indywidualizmu, podążając za sugestią Harry'ego Triandisa, że indywidualizm i kolektywizm to właściwości nie jednowymiarowe, jak sądził Hofstede, ale wielowymiarowe, zarówno na indywidualnym, jak i kulturowym poziomie (por. TRIANDIS, BONTEMPO, BETANCOURT, BOND, LEUNG, BRENES, GEORGAS, HUI, MARIN, SETIADI, SINHA, VERMA, SPANGENBERG, TOUZARD, de MONTMOLLIN, 1986; TRIANDIS, BONTEMPO, VILLAREAL, ASAI, LUCCA, 1988; TRIANDIS, MCCUSKER, BETANCOURT, IAWO, LEUNG, SALAZAR, SETIADI, SINHA, TOUZARD, WANG, ZALESKI, 1993; TRIANDIS, CHAN, BHAWUK, IAWO, SINHA, 1995). Przykładowo, TRIANDIS z zespołem (1986) wyróżnił takie wymiary odnoszące się do indywidualizmu, jak: poleganie na sobie (*self-reliance*) i hedonizm oraz separowanie się od własnej grupy, natomiast do kolektywizmu — współzależność (*interdependance*) i uspołecznienie (*sociability*) oraz integralność rodziny.

Poszukiwanie istoty indywidualizmu i kolektywizmu doprowadziło do uznania faktu, że pojęcie orientacji zarówno kolektywistycznej, jak i indywidualistycznej odnosić się może do zróżnicowanych zjawisk psychologiczno-społecznych. Maria JARYMOWICZ (1999) wskazuje na jakościowo odmienne formy, w jakich kolektywizm i indywidualizm może się przejawiać. Orientacja kolektywistyczna może mieć swoje korzenie w instrumentalnej prospołeczności nakierowanej na otrzymywanie zewnętrznych nagród, może wiązać się z zależnością od grupy bądź identyfikacją z nią przy równoczesnej silnej dyskryminacji grup obcych, może w końcu wyrażać się w tendencji do identyfikowania się z innymi, wyrastającej z rozpoznania wspólnych wartości i celów (choć w tym ostatnim przypadku Jarymowicz sugeruje, że zasadne byłoby posłużenie się pojęciem orientacji „wspólnotowej”, a nie kolektywistycznej). Orientacja indywidualistyczna z kolei może być rozumiana w kategoriach egocentryzmu oraz egoistycznej koncentracji na zaspokajaniu własnych potrzeb lub jako dążenie do realizacji własnych celów niezależnie od innych. Można ujmować ją również w kategoriach samoświadomości, samowystarczalności, uzyskiwania wglądu we własne standardy, cele i potrzeby. WATERMAN (1981; za: JARYMOWICZ, 1999), charakteryzując, tzw. indywidualizm normatywny, zwraca uwagę na eudajmonizm, czyli dążenie do życia w zgodzie z „prawdziwym Ja”, jako jego istotną składową, dopełnianą przez wolność wyboru, odpowiedzialność i uniwersalizm rozumiany jako zdolność respektowania integralności każdej osoby.

REYKOWSKI (1990), dążąc do precyzyjnego określenia istoty indywidualizmu i kolektywizmu, przyjmuje, że podstawę indywidualistycznych i kolektywistycznych założeń normatywnych stanowią pewne koncepcje świata społecznego i ludzkiej natury, koncepcja samego siebie, przekonania o charakterze więzi społecznych oraz przekonania o zasadach podejmowania społecznej

aktywności. Istotę indywidualizmu i kolektywizmu określić zatem można w sposób następujący (również KIM, TRIANDIS, KAGITCIBASI, CHOI, YOON, eds., 1994; TRIANDIS, 1995):

Orientacja indywidualistyczna w odniesieniu do świata społecznego zakłada, że składa się on z odrębnych jednostek, samodzielnie dążących do znalezienia dla siebie optymalnych warunków życia, w których będą mogły realizować ustalone przez siebie cele, niezależnie od innych jednostek. W odniesieniu do samego siebie definiowanie tożsamości opiera się na wyrazistym różnicowaniu Ja — Inni oraz autonomicznym wyodrębnieniu się z grupy. Poczucie własnej wartości zależy od osiągnięć jednostki i jej umiejętności realizowania zamierzeń. Cele jednostki określane są niezależnie od celów grupy, z którą jest związana. Jeśli cele indywidualne i grupowe nie są zgodne, to priorytet w realizacji uzyskują cele indywidualne. Podstawę więzi społecznej stanowią stosunki o charakterze kontraktu. Są one podtrzymywane tak długo, jak długo ponoszone koszty są przynajmniej równoważone przez korzyści płynące z danej relacji. Indywidualistyczne relacje społeczne mogą opierać się także na rywalizacji, walce i przymusie w dążeniu do zdobycia przewagi; najczęściej jednak obowiązują w nich pewne reguły, których przestrzeganie leży w interesie wszystkich uczestników interakcji. Pełnienie roli społecznej zależy od antycypacji korzyści. Aktywność podejmowana jest zwykle z własnej inicjatywy w celu realizacji własnych zamierzeń. Aktywność ukierunkowana na innych na zasadach empatycznych czy endocentrycznych podejmowana jest wtedy, kiedy odnosi się do własnego Ja. Zachowania społeczne wynikają najczęściej z osobistych postaw i innych wewnętrznych konstruktywów oraz z kontraktów zawieranych przez jednostkę na zasadzie wolnego wyboru.

Orientacja kolektywistyczna ujmuje świat społeczny jako układ relacji pomiędzy pewnymi społecznymi całościami, takimi jak rodziny, organizacje, grupy sąsiedzkie czy terytorialne, narody, państwa itp. Jednostka nie jest „bytem odrębnym” (REYKOWSKI, 1990: 18), ale zawsze częścią jakiejś społecznej całości. Definiowanie tożsamości zakłada poszukiwanie podobieństw w wymiarze Ja — My oraz wyraźne różnicowanie w wymiarze My — Oni. Poczucie własnej wartości zależy od przydatności jednostki dla realizacji celów grupowych i uznania ze strony innych. Stosunek grupy do jednostki określa jej stosunek do samej siebie. Priorytetem jest realizacja celów grupowych, nawet jeśli wiąże się z koniecznością rezygnacji z osiągnięcia celów osobistych. Wiąż społeczna wynika z identyfikacji z grupą, a samo podtrzymywanie relacji jest istotniejsze od korzyści, które mogą z niej płynąć. Aktywność jednostek zostaje podporządkowana wymaganiom i normom grupy. Aktywność grupowa zyskuje przewagę nad indywidualną. Pełnienie ról i ich przydział są regulowane przez zasady obowiązujące w grupie. Zachowania społeczne są więc motywo-



wane przez normy oraz uznawane przez jednostkę zobowiązania i powinności wobec innych.

Oblicza indywidualizmu i kolektywizmu — jak przyznaje TRIANDIS (1995), opierając się na analizach różnych kultur — mogą być odmienne. Należałoby więc raczej mówić o wielości wzorców indywidualistycznych i kolektywistycznych, nie zaś o jednym wzorcu powtarzającym się w różnych kulturach. Zapewne jest tak, że pojęcia indywidualizmu i kolektywizmu da się określić za pomocą kilku istotnych „rdzeniowych” atrybutów, natomiast poszczególne kultury dodają do tego rdzenia swoje specyficzne właściwości. Jedną z takich właściwości nałożonych na rdzeniowe atrybuty indywidualizmu i kolektywizmu przez różne społeczności może być drugi wymiar orientacji społecznych, wymieniany przez REYKOWSKIEGO (1990) jako mający istotne znaczenie w porządkowaniu doświadczenia społecznego. Chodzi tu o przekonanie o hierarchiczności lub równości pozycji w obrębie danego układu społecznego. Na wymiar ten w powiązaniu z kolektywizmem i indywidualizmem zwraca także uwagę TRIANDIS (1995), dostrzegając pewne jakościowe różnice w obrębie zarówno indywidualistycznych, jak i kolektywistycznych kultur, wynikające z wertykalnego bądź horyzontalnego układu pozycji w obrębie grupy.

Układ hierarchiczny (wertykalny — według terminologii Triandisa) zakłada, że w obrębie grupy mamy do czynienia z uprawomocnionym zróżnicowaniem pozycji na „wyższe” i „niższe”. Kryterium tego zróżnicowania w systemach klasowych lub kastowych stanowić mogło urodzenie, a współcześnie — pozycja ekonomiczna, polityczna lub poziom wykształcenia. Podstawą określania własnej tożsamości w hierarchicznych systemach społecznych jest zdefiniowanie się w kategoriach pozycji z przypisanym jej statusem. Więzi społeczne mają charakter relacji typu podporządkowanie — dominacja, a aktywność społeczna wyznaczana jest przez wymagania płynące z wyższych pozycji i aspiracje w przypadku osób zajmujących pozycje hierarchicznie niższe.

Układ równościowy (horyzontalny — według terminologii Triandisa) zakłada brak zróżnicowania pozycji w obrębie grupy. Rzeczywistość społeczna to układ stosunków pomiędzy jednostkami równymi sobie. Poczucie własnej wartości opiera się na sposobie pełnienia ról w ramach danej społeczności, a więzi społeczne zasadzają się na uznaniu równych praw partnerów i zasadzie wzajemności.

Nastawienia hierarchiczne i równościowe nabierają odmiennego sensu w powiązaniu z indywidualistycznymi i kolektywistycznymi założeniami normatywnymi, nadając tym założeniom odmienny charakter (por. REYKOWSKI, 1990; TRIANDIS, 1995; SINGELIS, TRIANDIS, BHAWUK, GELFAND, 1995). Pozostając przy terminologii REYKOWSKIEGO (1990), który nazywa systemy założeń

zorganizowanych w ramach określonych wymiarów porządkujących doświadczenie społeczne „etosami”, wyróżnić można cztery prototypowe etosy, uwzględniające omawiane powyżej wymiary. Są to: etos kolektywistyczno-hierarchiczny, kolektywistyczno-równościowy, indywidualistyczno-hierarchiczny oraz indywidualistyczno-równościowy. Do podobnych wniosków dochodzi TRIANDIS (1995), rozróżniając indywidualizm horyzontalny i wertykalny oraz kolektywizm horyzontalny i wertykalny.

Indywidualizm horyzontalny stanowi zatem pewien kulturowy wzorzec, w którego obrębie autonomiczna jednostka jest równa statusem innym równie autonomicznym osobom. Jednostki są niezależne oraz równe w zakresie praw i szans. Członkowie społeczności mają pełne prawo do realizacji swoich dążeń i zamierzeń, ale pod warunkiem, że będą respektować dążenia i zamierzenia innych. Władza jest prawem każdego członka społeczności, zostaje jedynie powierzona niektórym z nich do realizacji wspólnych celów. Jednakże ci, którzy czasowo tę władzę sprawują, są „tacy sami jak reszta” (por. REYKOWSKI, 1990).

Indywidualizm wertykalny to z kolei wzorzec kulturowy, uznający autonomiczność i niezależność jednostki, jednakże powszechnie akceptujący różnicowanie statusów, uwzględniający różnice pomiędzy ludźmi w zakresie ich możliwości i zdolności. Asymetria relacji między ludźmi wynika z uznania obiektywnych różnic między nimi. Silniejsi i posiadający więcej społecznie cenionych atrybutów zostają upoważnieni do dominacji i ustalania dogodnych dla siebie warunków. Antagonizm i rywalizacja są istotnymi aspektami tegoż wzorca.

Natomiast kolektywizm horyzontalny jako wzorzec zakłada równość współzależnych jednostek, tworzących spójną grupę społeczną. Definiowanie tożsamości jednostek odbywa się poprzez fakt przynależności do grupy, w której nieakceptowane jest jakiegokolwiek różnicowanie statusów. Członkowie grupy mają się do siebie upodobnić. Jak zauważa REYKOWSKI (1990), podmiotowość jednostek i ich prawa do autonomii są ograniczone, bo ustępują interesom całej zbiorowości.

Kolektywizm wertykalny to wzorzec kulturowy, w którym jednostka jest częścią określonego układu społecznego o charakterze hierarchicznym. Tworzący ten układ ludzie różnią się pod względem zajmowanej pozycji i statusu. Dostęp do przywilejów w obrębie grupy jest nierówny i zależy od miejsca w hierarchii; normą staje się „służenie” kolektywowi oraz poświęcanie się dla niego w razie potrzeby.

Według TRIANDISA (1995) pomiędzy poszczególnymi narodami występują różnice w zakresie opisanych powyżej wzorców. I tak, Stany Zjednoczone oraz Francja są — jego zdaniem — przykładem kultury, którą charakteryzuje wertykalny indywidualizm; w Szwecji i Australii dominuje kultura horyzon-

talnie indywidualistyczna; Indie oraz tradycjonalistyczna Grecja prezentują wertykalny kolektywizm; izraelskie kibuce stanowią przykład kultury horyzontalnie kolektywistycznej.

Rozpatrując indywidualizm i kolektywizm w horyzontalnej oraz wertykalnej formie jako orientację kulturową, a równocześnie właściwość indywidualną, należy zwrócić uwagę na dwa problemy. Po pierwsze — to, że dana kultura określana jest w jeden z opisanych powyżej sposobów, nie znaczy, że wszyscy uczestnicy tej kultury w równym stopniu reprezentują daną orientację. Ludzie mogą różnić się pod względem osobistych preferencji — indywidualistycznych bądź kolektywistycznych oraz wertykalnych bądź horyzontalnych — w obrębie jednej kultury, którą charakteryzuje określona orientacja (por. REYKOWSKI, 1990; TRIANDIS, LEUNG, VILLAREAL, CLACK, 1985). Po drugie — orientacja osobista nie jest ustalona raz na zawsze. Jak sugeruje REYKOWSKI (1990), w umyśle każdej jednostki obecne są różne rodzaje założeń normatywnych. Indywidualizm i kolektywizm, hierarchiczność i tendencje równościowe nie są rozłączne. Kolektywizm i indywidualizm nie mogą być traktowane jako przeciwne bieguny jednej dymensji — jak sugerował HOFSTEDE (1980). Jednostkę najlepiej charakteryzować może umieszczenie jej w przestrzeni wyznaczonej przez ortogonalne względem siebie wymiary kolektywizmu i indywidualizmu (por. GELFAND, TRIANDIS, CHAN, 1996). Wymiary te uaktywniają się w zależności od sytuacji i kontekstu (por. SINGELIS, TRIANDIS, BHAWUK, GELFAND, 1995; JARYMOWICZ, 1999), zmieniają się w czasie, a niekiedy nawet się warunkują, gdyż — jak twierdzi JARYMOWICZ (1999) — rozwój indywidualistycznego systemu wartości jest niezbędnym warunkiem powstania dojrzałej orientacji kolektywistycznej (czy raczej „wspólnotowej”). Można również przypuszczać, że zachowania jednostek o tendencjach indywidualistycznych i kolektywistycznych będą się różnić w zależności od kulturowego kontekstu, w jakim przyjdzie im funkcjonować. Zachowanie indywidualistów w kulturze kolektywistycznej nie będzie zatem takie samo, jak w indywidualistycznej, i podobnie — zachowanie jednostek kolektywistycznych w kulturze indywidualistycznej będzie się różnić od ich zachowania w kulturze kolektywistycznej (por. TRIANDIS, LEUNG, VILLAREAL, CLACK, 1985; CIALDINI, WOSIŃSKA, BARRETT, BUTNER, GÓRNIK-DUROSE, 1999). Zarówno orientację kulturową, jak i orientację osobistą należałoby więc traktować jako specyficzną kompozycję indywidualistycznych oraz kolektywistycznych założeń normatywnych, przy czym — w przypadku orientacji osobistej — kompozycja taka wiąże się ze specyficznym układem równowagi między tożsamością osobistą i społeczną (REYKOWSKI, 1990).

## 6.2. Materializm, orientacja indywidualistyczna i kolektywistyczna a założenia normatywne odnoszące się do dóbr materialnych

Założenia normatywne jako składniki mentalności odnoszą się do różnych sfer rzeczywistości, takich jak prawomocność i sprawowanie władzy, prawa osobiste i polityczne członków grup, odpowiedzialność za dobro zbiorowości oraz sposób alokowania dóbr materialnych (REYKOWSKI, 1990). Ten ostatni aspekt społecznej rzeczywistości — sposób podziału dóbr — bezpośrednio koresponduje z zagadnieniem stosunku do dóbr materialnych, który przejawiają reprezentanci poszczególnych orientacji społecznych.

REYKOWSKI (1990), analizując zasady alokacji związane z poszczególnymi założeniami normatywnymi, szczególnie precyzyjnie określa dwa „etosy” kolektywistyczne — hierarchiczny i równościowy. Generalnie rzecz ujmując — w społecznościach kolektywistycznych podział dóbr i dostęp do nich muszą uwzględniać dobro całej społeczności. Wysiłek jednostki ma pomnażać dobro wspólne, które następnie jest dzielone zgodnie z uznanymi zasadami, np. równości, zasługi albo priorytetu dla najbardziej potrzebujących. Dostęp do dóbr odbywa się na zasadzie przydziału. W zależności od orientacji hierarchicznej lub równościowej alokacja odbywa się jednak na nieco innych zasadach.

Etos kolektywistyczno-hierarchiczny przewiduje podział dóbr dokonywany na zasadzie przywileju — każdemu stosownie do zajmowanej pozycji. Wysiłek i przedsiębiorczość nie mają większego znaczenia dla zwiększenia własnego dostępu do dóbr, ponieważ są one dzielone przez stojących wyżej w hierarchii grupy. Ci ostatni — jako upoważnieni do gospodarowania dobrami — mają obowiązek zaspokajać na przyzwoitym poziomie potrzeby stojących niżej, sami jednakże są uprawnieni do korzystania z zasobu dóbr w szerszym zakresie.

W ramach etosu kolektywistyczno-równościowego sytuacja przedstawia się inaczej. Zasoby dzielone są wśród wszystkich członków danej społeczności, ale w taki sposób, by pomiędzy osobami należącymi do grupy nie było zbyt dużych różnic w stanie posiadania; stan posiadania poszczególnych członków grupy musi uwzględniać stan posiadania innych. Podział ma zapewniać zaspokojenie potrzeb wszystkich członków grupy, przynajmniej w pewnym zakresie. Zastosowanie znajduje tu więc zasada solidarnego podziału.

Z kolei indywidualistyczne założenia normatywne odnoszące się do podziału dóbr materialnych sprowadzić można do zasady, iż każdy ma prawo do tego, co sam potrafi zdobyć, czyli jednostki gromadzą dobra w takiej

skali, na jaką je stać. Dostępem do dóbr rządzi zasada osiągnięć. Wydaje się również, że indywidualizm w wydaniu hierarchicznym uprawomocnia korzystanie z przywilejów materialnych przez tych, którzy zdołali już zdobyć wysoką pozycję w obrębie grupy albo którym została ona dana ze względu na posiadanie jakichś istotnych atrybutów, niezależnie od aktualnych wkładów. Dysponowanie posiadanymi zasobami nie musi uwzględniać sytuacji materialnej innych. To, co jednostce udało się zdobyć, może przyczyniać się zwrótnie do umocnienia jej pozycji w zróżnicowanej ze względu na status grupie.

W orientacji indywidualistyczno-równościowej obowiązuje zasada, że im więcej człowiek daje z siebie, tym więcej ma prawo żądać dla siebie. Znaczy to, że potencjalnie wszyscy zyskują równy dostęp do puli dóbr, jednakże indywidualne osiągnięcia uprawomocniają korzystanie z nich w większym lub mniejszym zakresie.

Jakie wnioski można z tego wysnuć na temat stosunku do dóbr materialnych osób reprezentujących określone orientacje społeczne?

Po pierwsze — orientacja indywidualistyczna powinna wiązać się silniej z nastawieniem materialistycznym, nadającym pozytywne znaczenie posiadaniu dóbr materialnych, niż orientacja kolektywistyczna. Normatywne założenia indywidualistyczne bowiem nie nakładają żadnych ograniczeń na dostęp do zasobów materialnych oraz sposób dysponowania nimi. Wprost przeciwnie — wydaje się, że dla próbującego się określić bez kontekstu społecznego indywidualisty zgromadzone dobra mogą stanowić bardzo wyrazistą i prostą charakterystykę samego siebie. Zwraca na to uwagę Philip CUSHMAN (1990/1992), pisząc o „pustym Ja” współczesnego człowieka, żyjącego w indywidualistycznej kulturze, wypełniającego to Ja przez „konsumpcję” świata zewnętrznego, a zwłaszcza dóbr materialnych. Podobnego zdania jest Virginia A. PRICE (1982), która charakteryzując system przekonań leżący u podstaw indywidualistycznego w swojej istocie Wzoru zachowania A, zwraca uwagę na to, że posiadanie odpowiedniego zasobu określonych dóbr jest najbardziej czytelnym wskaźnikiem indywidualnych osiągnięć jednostki. Orientacja indywidualistyczna zatem, zwłaszcza w hierarchicznym (wertykalnym) wydaniu, powinna najsilniej determinować nastawienie na zdobywanie dóbr oraz generalnie pozytywny stosunek do ich gromadzenia i posiadania.

Po drugie — orientacja kolektywistyczna w mniejszym stopniu wiązać się powinna z nastawieniem materialistycznym, ponieważ osoba o takim nastawieniu, będąca w stanie określić się poprzez kontekst społeczny grupy, do której należy, nie potrzebuje wyraźnych zewnętrznych charakterystyk własnej tożsamości. Jednakże można spodziewać się różnic w obrębie tejże orientacji. Kolektywizm w wydaniu horyzontalnym (równościowym) praktycznie zaprzecza wartości indywidualnego posiadania dóbr materialnych. Dobra potrzebne są do zaspokajania potrzeb równych sobie członków grupy. Posia-

danie większej ilości dóbr niż inni nie tylko nie wiąże się z żadnymi korzyściami, ale — wprost przeciwnie — może być sygnałem, że dana osoba nie jest dobrym członkiem społeczności, do której należy. Można się zatem spodziewać, że im silniejsze staje się nastawienie kolektywistyczno-horyzontalne, tym mniejsza jest koncentracja na posiadaniu dóbr.

Kolektywizm wertykalny (hierarchiczny), zakładając różnice statusu, wymaga istnienia zewnętrznych wskaźników tego statusu. Takimi wskaźnikami mogą być dobra materialne, które sygnalizują, że ich posiadacz ma w kolektywistycznym układzie społecznym pozycję szczególną, upoważniającą go do dysponowania posiadaną przez grupę pulą dóbr. Choć kolektywizm osłabia przywiązanie do rzeczy materialnych i nadawanie im szczególnego znaczenia, to jednak życie w układzie hierarchicznym powoduje, że dobra spostrzegane są jako przydatne do wyrażenia własnego prestiżu w obrębie grupy.

Osoby reprezentujące poszczególne orientacje normatywne różnią się więc zapewne pod względem ogólnego stosunku do dóbr materialnych, czyli poziomu materializmu, ale równocześnie powinny one spostrzegać odmiennie ważność poszczególnych funkcji, jakie dobra materialne mogą w ich życiu pełnić. W rozdziale 2. przedstawiono klasyfikację funkcji posiadania, podkreślając równocześnie, iż funkcje te mieszczą się w obrębie pewnych porządkujących je dymensji. Jak zasugerowano, dymensja „integrowanie — dyferencjacja” (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981) ma prawdopodobnie bezpośredni związek z tendencjami kolektywistycznymi i indywidualistycznymi. Można się zatem spodziewać, że funkcje wyrażnie integracyjne będą spostrzegane jako ważniejsze przez kolektywistów, natomiast funkcje odnoszące się do zaznaczenia własnego autonomicznego Ja, jako wyrażnie różnicujące, będą ważniejsze dla indywidualistów.

Na poziomie kulturowym zarówno indywidualizm, jak i materializm przypisywane są rozwiniętem społeczeństwom świata zachodniego (por. DITTMAR, 1992). FROMM (1995) — cytując Maxa Stirnera — stwierdza, że indywidualizm, który w swym pozytywnym sensie oznacza wyzwolenie ze społecznych okowów, w sensie negatywnym jest „posiadaniem siebie”, a więc prawem i obowiązkiem inwestowania własnej energii wyłącznie w jednostkowy sukces, którego wyznacznikiem staje się posiadanie rzeczy, będących elementami świata zewnętrznego (por. SZCZEPAŃSKI, 1981). Wynikałoby więc z tego, że kulturowy indywidualizm idzie w parze z głębokim materializmem charakterologicznym i aksjologicznym. DITTMAR (1992) widzi w tym połączeniu swoisty paradoks, określając go mianem paradoksu na linii „idealizm — materializm” (także CUSHMAN, 1990/1992).

Paradoks ten wynika ze zderzenia się indywidualistycznego przekonania, że człowiek jako autonomiczna, niezależna od świata zewnętrznego jednostka

„jest, jaka jest”, niezależnie od tego, co posiada, z kulturowym wzorcem posiadania i konsumpcji. We współczesnym postmodernistycznym świecie rozwiniętych społeczeństw kapitalistycznych definiowanie tożsamości w znacznej mierze opiera się na tym, co jednostka posiada (por. rozdziały 1. i 5.). Idealistyczne założenia odnoszące się do indywidualizmu są zatem sprzeczne z materialistycznymi standardami zachodniego „mieć aby być”. Wprawdzie posiadane dobra nie wyznaczają już zdecydowanie przynależności do tradycyjnego układu społecznego, np. klasy społecznej, ale w znacznej mierze pomagają się określić i wyrazić na poziomie jednostkowym (por. BELK, 1988b; 1991; BLUMBERG, 1974; LUNT, 1995). Ciekawym przejawem wskazywanego paradoksu jest swoiste rozdzielenie kryteriów, które jednostki uznają za stosowne do opisu i oceny innych ludzi w swoim własnym przypadku, od tych, które — jak sądzą — stosują inni ludzie. DITTMAR (1992) na podstawie wyników badań własnych stwierdziła tendencję do zaprzeczania stosowania kryteriów materialnej zamożności i rodzaju posiadanych rzeczy we własnych ewaluacjach ludzi. Zdaniem badanych kryteria takie stosowane są powszechnie przez innych.

Szukając związków pomiędzy materializmem i indywidualizmem, stajemy przed jeszcze jednym problemem. Nawet zaakceptowanie faktu, że indywidualizm i materializm współwystępują jako istotne charakterystyki zachodnich społeczeństw postmodernistycznych, nie upoważnia do stwierdzenia pomiędzy nimi związku przyczynowego. Związek ten można dopiero uchwycić, jeśli spojrzymy na relacje pomiędzy indywidualizmem i kolektywizmem a materializmem w perspektywie kulturowej i równocześnie w perspektywie indywidualnej. Należałoby zatem sięgnąć do pytania postawionego przez Triandisa (TRIANDIS, LEUNG, VILLAREAL, CLACK, 1985) o zachowanie jednostek zorientowanych indywidualistycznie bądź kolektywistycznie w obrębie kultur indywidualistycznych i kolektywistycznych. Odpowiedzi na to pytanie w odniesieniu do dóbr materialnych miały dostarczyć przeprowadzone przeze mnie badania.

## **6.3. Indywidualizm i kolektywizm a znaczenie nadawane dobrom materialnym — badania własne**

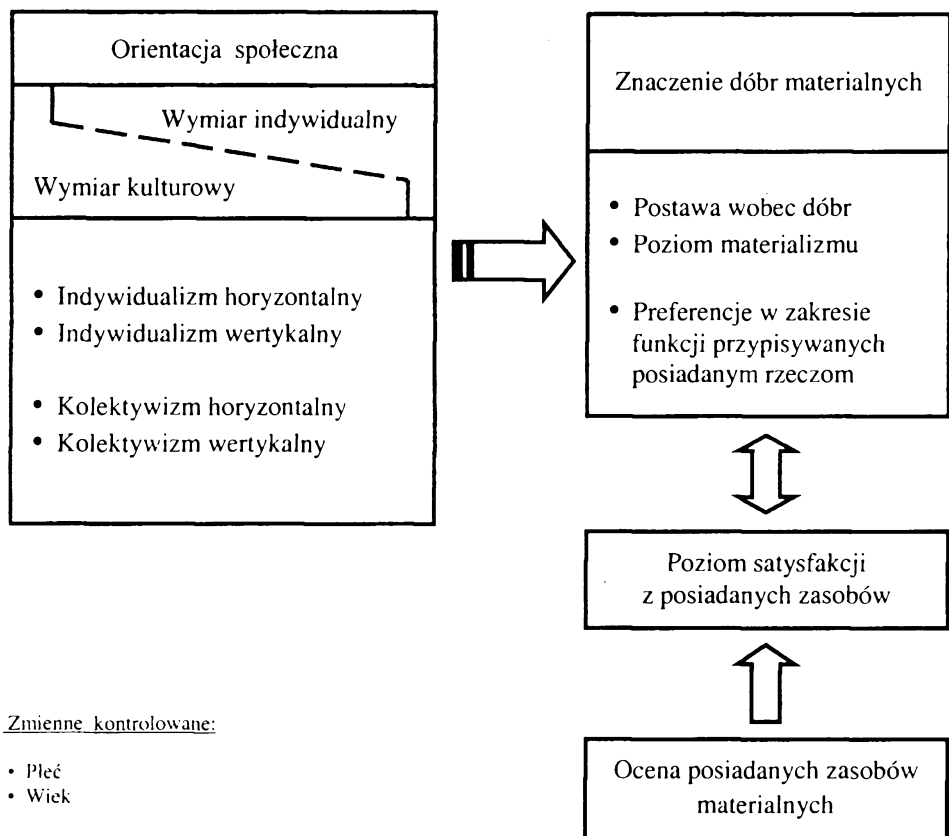
### **6.3.1. Problem badań**

Badania miały na celu analizę relacji pomiędzy dwiema podstawowymi orientacjami społecznymi — indywidualizmem i kolektywizmem, w odnieniu

zarówno wertykalnej, jak i horyzontalnej, a różnymi aspektami relacji jednostki z posiadanymi przez nią dobrami materialnymi. Chodziło o ustalenie: po pierwsze — czy materializm w jego warstwie funkcjonalnej i charakterologicznej wiąże się z orientacjami społecznymi, po drugie — w jaki sposób zmienia się ważność funkcji pełnionych przez posiadane rzeczy w zależności od dominującej orientacji społecznej. Będący podstawą badań model empiryczny prezentuje schemat 6.1.

Schemat 6.1

**Empiryczny model relacji pomiędzy orientacją społeczną  
a znaczeniem nadawanym dobrom materialnym**



Ze względu na płynność granic pomiędzy poszczególnymi warstwami materializmu, opisanymi w rozdziale 3. zdecydowano, że badania skoncentrują się na jego skrajnych aspektach, tzn. na materializmie rozumianym jako postawa wobec dóbr materialnych oraz na materializmie uznawanym za względnie trwałą właściwość osobowościową, której istotą jest receptywna koncentracja



na elementach świata zewnętrznego, zoperacjonalizowana przez BELKA (1985) w kategoriach zaborczości, niechęci do dzielenia się z innymi i zawiści.

Czynnikami w istotny sposób dopełniającymi układ zmiennych oddziałujących na znaczenie dóbr materialnych dla jednostki są także sposób szacowania zasobów materialnych, jakie dana osoba ma do swojej dyspozycji, wyznaczających materialny standard życia, oraz poziom satysfakcji z posiadanych zasobów. Przyjęto założenie, że posiadane zasoby mają niewątpliwą wpływ na to, w jakich kategoriach jednostka spostrzega dobra materialne oraz jaką nadaje im ważność w swoim życiu. Świadczą o tym np. wyniki badań DAWSONA i BAMOSSY'EGO (1991) nad ludźmi zmieniającymi miejsce zamieszkania i pozbywającymi się pewnych dóbr. Zaobserwowano u nich fluktuację poziomu materializmu. Z psychologicznego punktu widzenia ważniejsza jest tu nie „obiektywna” ocena stanu posiadania na podstawie „twardych” wskaźników ekonomicznych, ale raczej subiektywna ewaluacja tego, co jednostka posiada w relacji do spostrzeganych zasobów, będących w posiadaniu innych, stanowiących grupę porównawczą (MICHALOS, 1985; ANDREWS, WHITNEY, 1976). Dopiero taka ewaluacja staje się podstawą oceny stopnia zadowolenia z posiadanych zasobów.

Należy również zauważyć, że — w świetle wcześniejszych rozważań na temat wzajemnych relacji materializmu i szczęścia — trudno z góry określić kierunek zależności pomiędzy różnymi aspektami znaczenia nadawanego dobrom materialnym a poziomem satysfakcji z subiektywnie szacowanych zasobów materialnych. Mamy tu do czynienia prawdopodobnie z wzajemnymi oddziaływaniami — posiadane zasoby i poziom satysfakcji wpływa na znaczenie nadawane dobrom materialnym, ale równocześnie poziom materializmu stanowi pryzmat, przez który szacowane są własne zasoby i stopień zadowolenia z nich.

Indywidualizm i kolektywizm to orientacje społeczne, które można rozpatrywać na dwóch poziomach — w odniesieniu do kultury jako całości, w której funkcjonują ludzie tworzący określone społeczeństwo, oraz w odniesieniu do indywidualnych nastawień normatywnych. Czy zatem relacje indywidualistycznej jednostki z posiadanymi przez nią dobrami w kulturze indywidualistycznej będą różnić się od tych, które są właściwe jednostce o takim nastawieniu żyjącej w kulturze kolektywistycznej? Czy relacje jednostki kolektywistycznej z rzeczami, które posiada, w kulturze kolektywistycznej będą takie same jak w kulturze indywidualistycznej? Aby odpowiedzieć na te pytania włączono w model empiryczny taki czynnik, jak wymiar kulturowy i indywidualny orientacji społecznych. Oznacza to w praktyce, że badania przeprowadzono w dwóch krajach, których społeczeństwa różnią się w zakresie tendencji indywidualistycznych i kolektywistycznych. Społeczeństwo polskie — pomimo dynamicznych zmian zachodzących w mentalności

Polaków — jest traktowane jako społeczeństwo o dość wyraźnych tendencjach kolektywistycznych (DAAB, 1993; REYKOWSKI, 1994; CIALDINI, WOSIŃSKA, BARRETT, BUTNER, GÓRNIK-DUROSE, 1999). Przykładem społeczeństwa indywidualistycznego jest natomiast społeczeństwo brytyjskie, któremu HOFSTEDE (2000) przypisał trzecią pozycję w swoim „rankingu” społeczeństw indywidualistycznych, po społeczeństwach amerykańskim i australijskim.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania oraz wnioski wypływające z teoretycznej analizy związków pomiędzy orientacjami społecznymi a preferencjami w zakresie dóbr materialnych, można sformułować następujące hipotezy ogólne:

- Orientacji indywidualistycznej, szczególnie w połączeniu z nastawieniem hierarchicznym (wertikalnym), towarzyszy wyższy poziom materializmu w jego różnych warstwach niż orientacji kolektywistycznej. Orientacja kolektywistyczna natomiast, szczególnie w połączeniu z nastawieniem równościowym (horyzontalnym), w najmniejszym stopniu — w porównaniu z innymi orientacjami — wiąże się z materializmem.
- Społeczeństwo o silniejszych tendencjach indywidualistycznych charakteryzuje się wyższym poziomem materializmu niż społeczeństwo o tendencjach kolektywistycznych.
- Preferencje w zakresie funkcji przypisywanych dobrom materialnym są zróżnicowane w zależności od dominującej orientacji społecznej. Dla osób reprezentujących orientację kolektywistyczną ważniejsze niż dla osób o orientacji indywidualistycznej są funkcje o charakterze integrującym. Natomiast osoby o orientacji indywidualistycznej za ważniejsze uznają funkcje dyferencyjne, odnoszące się do wzmacniania własnego Ja. Podobne tendencje ujawniają się na poziomie kulturowym.

### 6.3.2. Osoby badane

Badania przeprowadzono na wybranych losowo studentach polskich i brytyjskich. Badaniami objęto 239 osób w wieku od 19 do 24 lat<sup>1</sup>, w tym 139 kobiet i 100 mężczyzn. Podgrupa polska, która składała się ze studentów

---

<sup>1</sup> Grupa wyjściowa liczyła 283 osoby, jednakże — jak się okazało w wyniku analizy charakterystyk badanej grupy — rozkład wieku zdecydowanie odbiegał od rozkładu normalnego; nieliczne osoby powyżej 24. roku życia wyraźnie zaburzały układ danych. Grupa brytyjska była istotnie starsza od grupy polskiej. Z tego względu zdecydowano się zawęzić grupę, której wyniki poddano dalszej analizie, do dominującej grupy wiekowej, tzn. osób w wieku od 19 do 24 lat. W grupie tej nie stwierdzono istotnych różnic wiekowych pomiędzy Polakami i Brytyjczykami. Rozkład okazał się dostatecznie zbliżony do normalnego, choć lekko prawoskośny i nieznacznie spłaszczony (skośność = 0,61; kurtოza = -0,12).

różnych śląskich uczelni, liczyła 171 osób, natomiast brytyjska, w której skład weszli studenci Imperial College w Londynie oraz Nottingham Trent University w Nottingham<sup>2</sup>, liczyła 68 osób.

### 6.3.3. Metody badań

**Badanie orientacji indywidualizm / kolektywizm.** Diagnozę tendencji kolektywistycznych i indywidualistycznych skrzyżowanych z nastawieniem horyzontalnym i wertykalnym przeprowadzono za pomocą skali I/C skonstruowanej przez Theodora SINGELISA przy współpracy z Harrym TRIANDISEM, Dharmem BHAWUKIEM i Michele GELFAND (1995). Skala składa się 32 stwierdzeń, które na podstawie przeprowadzonej analizy głównych składowych autorzy przyporządkowali do czterech wymiarów: indywidualizm horyzontalny, indywidualizm wertykalny, kolektywizm horyzontalny i kolektywizm wertykalny. Na każdy wymiar przypadło ostatecznie 8 stwierdzeń. Badani mieli ustosunkować się do tych stwierdzeń, zaznaczając swoje odpowiedzi na 9-punktowej skali (od 0 do 8). Zasadność wyodrębnienia wymiarów i przypisania im poszczególnych stwierdzeń twórcy skali sprawdzili następnie za pomocą konfirmacyjnej analizy czynnikowej. Ostatecznie rzetelność czterech podskal, mierzona za pomocą  $\alpha$  Cronbacha, wyniosła: dla indywidualizmu horyzontalnego — 0,67; dla indywidualizmu wertykalnego — 0,74; dla kolektywizmu horyzontalnego — 0,74; dla kolektywizmu wertykalnego — 0,68.

Dostosowanie oryginalnej skali do potrzeb prezentowanych badań polegało na dokonaniu tłumaczenia z języka angielskiego na język polski, a następnie tłumaczenia zwrotnego (*back translation*). Na podstawie wyników badania pilotażowego zdecydowano się zredukować skalę możliwych odpowiedzi z 9 punktów do 7, ponieważ rozbudowane skale oryginalne sprawiały badanym wyraźne kłopoty. Zamiast przyczyniać się do precyzyjniejszego różnicowania odpowiedzi, zaciemniały obraz wyników; badani mieli bowiem tendencje do niewykorzystywania całej skali.

**Badanie postawy wobec dóbr materialnych (poziomu materializmu).** Materializm funkcjonalny — rozumiany jako postawa wobec dóbr materialnych oraz spostrzeganie ich zróżnicowanej instrumentalnej wartości przy realizowaniu zadań i zaspokajaniu potrzeb jednostki — badany był za pomocą Skali Stosunku do Dóbr Materialnych (*SDM*), której opis znajduje się w rozdziale 3. Na potrzeby badania próby brytyjskiej narzędzie przetłumaczono

---

<sup>2</sup> Badania na grupie brytyjskiej zostały zrealizowane przy wydatnej pomocy Colina Durose, wykładowcy londyńskiego Imperial College, oraz Laury Smith, studentki Nottingham Trent University; autorka składa im serdeczne podziękowania.

na język angielski, po czym dokonano tłumaczenia zwrotnego (*back translation*).

Do badania drugiej warstwy materializmu, określanego jako „poziom materializmu”, a rozumianego jako materializm charakterologiczny, zastosowano narzędzie skonstruowane przez BELKA (1984; 1985) na podstawie jego autorskiej koncepcji materializmu. Narzędzie to mierzy ogólny materializm i jego trzy składowe — zaborczość, niechęć do dzielenia się z innymi oraz zawiść (por. rozdział 3.). Skala została przetłumaczona na język polski, a następnie dokonano tłumaczenia zwrotnego.

Zdając sobie sprawę ze stosunkowo niskiej rzetelności skali Belka (por. rozdział 3.), zdecydowałam się jednak włączyć to narzędzie do badań ze względu na brak alternatywy. Nie ma — jak na razie — innego narzędzia badającego materializm w jego wymiarze pozafunkcyjnym.

**Badanie preferencji w zakresie funkcji przypisywanych posiadanym rzeczom materialnym.** Preferencje w zakresie funkcji przypisywanych posiadanym rzeczom sprawdzano za pomocą narzędzia składającego się z opisów 8 funkcji, jakie mogą pełnić dobra materialne: użytkowej, hedonistycznej, interpersonalnej, zabezpieczającej, poznawczej, ekspresyjnej, sentymentalnej i prestiżowej (por. rozdziały 2. i 4.). Zadaniem osób badanych było sporządzenie hierarchii ważności tychże funkcji w odniesieniu do posiadanych przez siebie rzeczy.

**Ocena posiadanych zasobów materialnych.** Badani oceniali na 9-punktowej skali zasoby materialne, które mieli do dyspozycji. Chodziło tu o oszacowanie zasobów, z jakich badani mogli korzystać; brali więc pod uwagę nie tylko swoje „dochody”, ale również zasoby wspierającej ich rodziny, do których mieli dostęp. Zasoby te szacowano w porównaniu ze średnią krajową, przy czym nie określano ekonomicznego wskaźnika liczbowego wysokości średniej krajowej, pozwalając na zakotwiczenie skali wokół subiektywnie rozumianej wartości. Ocena posiadanych zasobów nie jest zatem w żadnym razie obiektywnym wskaźnikiem poziomu dochodów rodziny; to w pełni subiektywna ocena własnej sytuacji materialnej na tle spostrzeganej przez badanych sytuacji materialnej innych ludzi.

**Badanie poziomu satysfakcji z posiadanych zasobów materialnych.** Do badania poziomu satysfakcji z posiadanych zasobów zastosowano 4-stopniową skalę, na której badani zaznaczali jedną z możliwych opcji. Na pytanie, czy są usatysfakcjonowani zasobem i jakością rzeczy, jakie mają do dyspozycji, mogli odpowiedzieć w następujący sposób:

- tak, całkowicie — niczego mi nie brakuje;
- raczej tak, choć brak mi pewnych rzeczy;

- raczej nie, bo brak mi pewnych rzeczy;
- zdecydowanie nie — moje potrzeby materialne nie są zaspokojone.

Przy kodowaniu wyników poszczególnym odpowiedziom przypisano wartości liczbowe od 4 do 1.

#### 6.3.4. Procedura badawcza

Badania przeprowadzano w grupach studentów. Mieli oni za zadanie zapoznać się z zestawem kwestionariuszy i ustosunkować do ich stwierdzeń. Jako pierwszą prezentowano skalę orientacji społecznych I/C. Następnie badani określali swoje preferencje w odniesieniu do funkcji posiadanych dóbr materialnych. Potem ustosunkowywali się do stwierdzeń ze skali postaw wobec dóbr materialnych (*SDM*) oraz skali do badania materializmu Belka. Na zakończenie szacowali zasoby materialne, pozostające w ich dyspozycji oraz stopień satysfakcji z ich posiadania. Podawali również swoją płeć i wiek.

#### 6.3.5. Indywidualizm i kolektywizm a stosunek do dóbr materialnych

**Ogólny model analizy danych.** Dane zostały poddane czterokrotnie analizie regresji wielokrotnej. Za predyktory zmiennych zależnych w postaci stosunku do dóbr materialnych, określanego za pomocą wskaźników postawy wobec dóbr materialnych, poziomu materializmu oraz jego składowych, przyjęto cztery wymiary indywidualnej orientacji społecznej: indywidualizm horyzontalny i wertykalny oraz kolektywizm horyzontalny i wertykalny, a także przynależność do kultury o orientacji indywidualistycznej (brytyjska) lub kolektywistycznej (polska). Zgodnie z założonym modelem empirycznym kontrolowano również oddziaływanie takich zmiennych, jak ocena własnych zasobów materialnych oraz stopień satysfakcji z posiadanych rzeczy. Po wstępnej analizie, która uwzględniała także płeć jako predyktor, zdecydowano, by wyłączyć ją w dalszym postępowaniu, ponieważ nie wносиła wiele do modelu i jej oddziaływanie okazało się nieistotne statystycznie.

**Model wyjaśniający postawę wobec dóbr materialnych (wyniki skali *SDM*).** Predykcyjna wartość modelu w odniesieniu do postawy wobec dóbr materialnych wyniosła 33% ( $R^2 = 0,35$ ; skorygowany  $R^2 = 0,33$ ), była więc co najmniej zadowalająca. Ogólnie założone relacje okazały się istotne na poziomie  $p < 0,0001$  ( $F_{(7,231)} = 17,86$ ). Szczegółowe wyniki odnoszące się do poszczególnych współczynników zestawiono w tabeli 6.1.

Tabela 6.1

**Współczynniki uzyskane w analizie regresji dla modelu  
wyjaśniającego postawę wobec dóbr materialnych**

Model	Współczynniki niestandardyzowane		Współczynniki standaryzowane	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	błąd standardowy	Beta		
(Stała)	45,56	11,74	—	3,88	0,000
Indywidualizm horyzontalny	0,55	0,14	0,22	3,84	0,000
Indywidualizm wertykalny	0,73	0,13	0,35	5,81	0,000
Kolektywizm horyzontalny	−0,42	0,17	−0,16	−2,47	0,014
Kolektywizm wertykalny	0,24	0,14	0,10	1,71	0,089
Zasoby finansowe	2,28	0,63	0,21	3,59	0,000
Satysfakcja	−7,72	1,67	−0,26	−4,62	0,000
Orientacja kulturowa	6,68	2,07	0,19	3,22	0,001

Postawę wobec dóbr materialnych najsilniej określały indywidualizm wertykalny oraz indywidualizm horyzontalny. Przyrostowi wartości wskaźników odnoszących się do tych wymiarów towarzyszył wzrost wskaźników pozytywnej postawy wobec dóbr materialnych. Oddziaływanie wymiaru kolektywizmu wertykalnego było nieistotne, natomiast wzrost wskaźników kolektywizmu horyzontalnego wiązał się z osłabieniem pozytywnej postawy wobec dóbr materialnych. Na poziomie orientacji kulturowej również zaznaczył się istotny związek indywidualizmu z postawą wobec dóbr materialnych<sup>3</sup>.

Ocena własnych zasobów oraz satysfakcja z ich posiadania także miały związek z postawą wobec dóbr materialnych. Im wyżej szacowano zasoby, tym bardziej pozytywna była postawa wobec dóbr materialnych. W przypadku satysfakcji zachodziła relacja odwrotna — przyrostowi satysfakcji towarzyszyło obniżanie się wskaźnika pozytywnej postawy wobec dóbr materialnych.

**Modele wyjaśniające poziom materializmu i jego składowe (wyniki skali Belka).** Predykcyjna wartość modelu w odniesieniu do ogólnego poziomu materializmu wyniosła 27,5% ( $R^2 = 0,29$ ; skorygowany  $R^2 = 0,275$ ). Ogólnie założone relacje okazały się istotne na poziomie  $p < 0,0001$  ( $F_{(7,230)} = 13,82$ ). Szczegółowe wyniki odnoszące się do poszczególnych współczynników zamieszczono w tabeli 6.2.

<sup>3</sup> Dane kodowano w ten sposób, że przynależność do grupy polskiej oznaczana była przez 0, a przynależność do grupy brytyjskiej — przez 1.

Tabela 6.2

**Współczynniki uzyskane w analizie regresji dla modelu  
wyjaśniającego poziom materializmu**

Model	Współczynniki niestandardyzowane		Współczynniki standaryzowane	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	błąd standardowy	Beta		
(Stała)	72,12	8,62	—	8,372	0,000
Indywidualizm horyzontalny	0,41	0,11	0,23	3,83	0,000
Indywidualizm wertykalny	0,48	0,09	0,33	5,19	0,000
Kolektywizm horyzontalny	−0,08	0,12	−0,04	−0,64	0,524
Kolektywizm wertykalny	0,05	0,10	0,03	0,45	0,650
Zasoby finansowe	0,67	0,47	0,09	1,43	0,153
Satysfakcja	−4,64	1,23	−0,22	−3,77	0,000
Orientacja kulturowa	4,34	1,52	0,18	2,84	0,005

Poziom materializmu najsilniej wiązał się z indywidualizmem wertykalnym i indywidualizmem horyzontalnym. Wpływ kolektywizmu był nieznaczny i nieistotny. Odnosiło się to również do orientacji kulturowej. Satysfakcja z posiadanych zasobów — podobnie jak w przypadku ogólnej postawy wobec dóbr materialnych — zwiększała się wraz ze spadkiem materializmu.

Współczynniki determinacji oraz wyniki analizy wariancji dla modeli wyjaśniających poszczególne składowe materializmu w ujęciu Belka zawiera tabela 6.3.

Tabela 6.3

**Współczynniki determinacji oraz wyniki analizy wariancji dla modeli  
wyjaśniających zaborność, niechęć do dzielenia się z innymi oraz zawiść**

Podskala	$R^2$	Skorygowany $R^2$	$F$	$p$
Zaborność	0,19	0,17	8,10	< 0,0001
Niechęć do dzielenia się	0,16	0,14	6,39	< 0,0001
Zawiść	0,24	0,21	10,32	< 0,0001

Wartość predykcyjna wszystkich trzech modeli była stosunkowo niska, choć zależności okazały się istotne. Tabele 6.4., 6.5. i 6.6. prezentują współczynniki uzyskane w analizie regresji dla poszczególnych podskal.

Tabela 6.4

**Współczynniki uzyskane w analizie regresji dla modelu  
wyjaśniającego zaborczość jako składową materializmu**

Model	Współczynniki niestandardyzowane		Współczynniki standaryzowane	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	błąd standardowy	Beta		
(Stała)	19,95	5,42	—	3,68	0,000
Indywidualizm horyzontalny	0,19	0,07	0,18	2,82	0,005
Indywidualizm wertykalny	0,11	0,06	0,13	1,98	0,049
Kolektywizm horyzontalny	0,26	0,08	0,24	3,39	0,001
Kolektywizm wertykalny	−0,04	0,06	−0,04	−0,59	0,552
Zasoby finansowe	0,48	0,29	0,11	1,64	0,102
Satysfakcja	−1,01	0,77	−0,08	−1,31	0,192
Orientacja kulturowa	3,03	0,96	0,21	3,16	0,002

Okazało się, że najsilniejszym predyktorem zaborczości był kolektywizm horyzontalny, następnie indywidualizm horyzontalny i wertykalny. Również indywidualistyczna orientacja kulturowa predysponowała silniej do zaborczości niż orientacja kolektywistyczna.

Tabela 6.5

**Współczynniki uzyskane w analizie regresji dla modelu  
wyjaśniającego niechęć do dzielenia się jako składową materializmu**

Model	Współczynniki niestandardyzowane		Współczynniki standaryzowane	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	błąd standardowy	Beta		
(Stała)	26,28	4,43	—	5,92	0,000
Indywidualizm horyzontalny	0,16	0,05	0,19	2,86	0,005
Indywidualizm wertykalny	0,10	0,05	0,14	2,00	0,046
Kolektywizm horyzontalny	−0,20	0,06	−0,23	−3,12	0,002
Kolektywizm wertykalny	−0,01	0,05	−0,02	−0,26	0,795
Zasoby finansowe	0,33	0,24	0,09	1,36	0,176
Satysfakcja	−1,93	0,65	−0,19	−2,98	0,003
Orientacja kulturowa	0,02	0,78	0,002	0,02	0,978



W przypadku niechęci do dzielenia się największe znaczenie miał kolektywizm horyzontalny, a następnie obie orientacje indywidualistyczne; rosnącym wskaźnikom kolektywizmu horyzontalnego towarzyszyła malejąca niechęć do dzielenia się, natomiast rosnącym wskaźnikom indywidualizmu — rosnąca niechęć do dzielenia się z innymi. Istotny związek z niechęcią miała także satysfakcja z posiadanych zasobów — im była mniejsza, tym większa stawała się niechęć do dzielenia się.

Tabela 6.6

Współczynniki uzyskane w analizie regresji dla modelu  
wyjaśniającego zawiść jako składową materializmu

Model	Współczynniki niestandardyzowane		Współczynniki standaryzowane	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	błąd standardowy	Beta		
(Stała)	21,92	4,43	—	4,94	0,000
Indywidualizm horyzontalny	0,09	0,05	0,11	1,75	0,081
Indywidualizm wertykalny	0,26	0,05	0,37	5,60	0,000
Kolektywizm horyzontalny	-1,39	0,06	-0,15	-2,20	0,029
Kolektywizm wertykalny	0,12	0,05	0,16	2,41	0,017
Zasoby finansowe	0,11	0,24	0,03	0,45	0,652
Satysfakcja	-1,75	0,63	-0,17	-2,79	0,006
Orientacja kulturowa	1,64	0,77	0,14	2,12	0,035

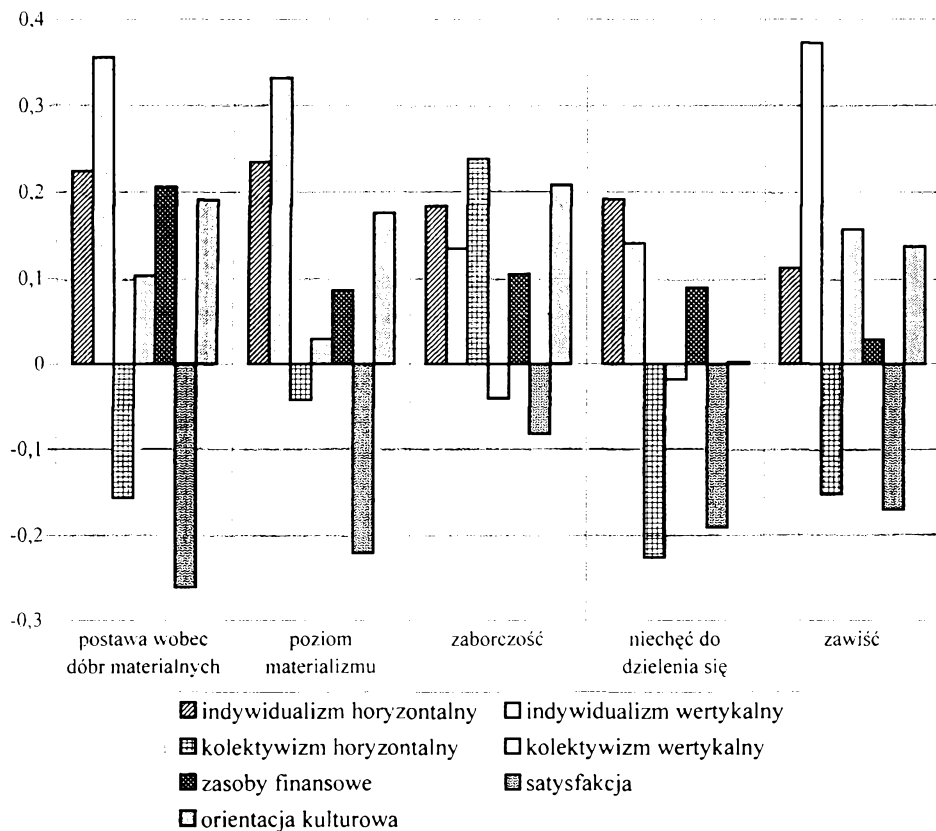
Zawiść wiązała się najsilniej z indywidualizmem wertykalnym, następnie z kolektywizmem wertykalnym — było jej coraz więcej wraz ze wzrostem ich wskaźników, oraz kolektywizmem horyzontalnym — było jej coraz mniej wraz ze wzrostem jego wskaźnika. Indywidualistyczna orientacja kulturowa podwyższała poziom zawiści, natomiast rosnącej satysfakcji towarzyszyło jej zmniejszanie się.

**Podsumowanie.** Zestawione wyniki z przeprowadzonych analiz regresji wielokrotnej, ukazujące predyktory różnych aspektów stosunku do dóbr materialnych, przedstawia wykres 6.1.

Wnioski płynące z dokonanego zestawienia wyników są następujące:

- Zarówno w odniesieniu do postawy wobec dóbr materialnych, jak i poziomu materializmu oraz jego składowych indywidualizm — a zwłaszcza jego wariant wertykalny — okazał się pozytywnym i znaczącym korelatem.

**Zestawienie wartości współczynników Beta  
dla predyktorów różnych aspektów stosunku do dóbr materialnych  
(podsumowanie wyników z analizy regresji wielokrotnej)**



- Kolektywizm wchodził w związki ze stosunkiem do dóbr materialnych w bardziej skomplikowany sposób. Kolektywizm wertykalny nie wiązał się z nim generalnie w sposób znaczący; jedyny wyjątek stanowiła zawiść, której istotnym pozytywnym korelatem była ta właśnie odmiana kolektywizmu. Kolektywizm horyzontalny natomiast wyraźnie kłócił się z pozytywną postawą wobec dóbr materialnych, niechęcią do dzielenia się z innymi oraz zawiścią. Paradoksalnie był skorelowany pozytywnie z zaborczością.
- Ocena własnych zasobów finansowych okazała się istotnym pozytywnym korelatem jedynie w przypadku postawy wobec dóbr materialnych. W odniesieniu do pozostałych wskaźników stosunku do dóbr nie miała ona istotnego znaczenia.
- Satysfakcja z posiadanych dóbr materialnych jako jedyny czynnik była skorelowana ze wszystkimi zmiennymi zależnymi negatywnie i znacząco

(z wyjątkiem zaborczości); większa satysfakcja towarzyszyła niższym wskaźnikom poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych.

- Indywidualistyczna orientacja kulturowa znacząco wzmacniała pozytywną postawę wobec dóbr materialnych, podnosiła ogólny poziom materializmu oraz wskaźniki zaborczości i zawiści. Nie miała jedynie żadnego znaczenia w przypadku niechęci do dzielenia się z innymi posiadanymi dobrami.

### **6.3.6. Wymiar indywidualny i wymiar kulturowy orientacji społecznych a stosunek do dóbr materialnych**

Zarówno indywidualny, jak i kulturowy wymiar indywidualizmu i kolektywizmu silnie wiąże się z różnymi wskaźnikami stosunku do dóbr materialnych. Aby jednak bliżej przyjrzeć się tej relacji oraz odpowiedzieć na pytanie dotyczące zachowania ludzi o określonej orientacji — kolektywistycznej bądź indywidualistycznej w kulturze kolektywistycznej lub indywidualistycznej w stosunku do dóbr materialnych, konieczne było spojrzenie na możliwe interakcje pomiędzy orientacją indywidualną i społeczną.

Z uwagi na to, że w efekcie badania skalą I/C każda z osób badanych została scharakteryzowana przez cztery wskaźniki określające jej miejsce na wymiarze indywidualizmu i kolektywizmu w aspekcie horyzontalnym i wertykalnym, podjęto próbę wyróżnienia homogenicznych podgrup, składających się z osób zajmujących zbliżone pozycje w przestrzeni wyróżnionej przez wymienione wymiary. Posłużono się w tym celu analizą skupień metodą *k*-średnich. W rezultacie wyróżniono dwie podgrupy. W jednej z nich dominował wskaźnik indywidualizmu horyzontalnego; zarówno wskaźnik indywidualizmu horyzontalnego, jak i indywidualizmu wertykalnego był wyższy niż w grupie drugiej. Grupę tę nazwano „indywidualistami”. W grupie drugiej dominował wskaźnik kolektywizmu horyzontalnego, a obydwa wskaźniki kolektywizmu były wyższe niż w grupie poprzedniej. Grupę tę nazwano więc „kolektywistami”. Zaznaczyć jednak należy, że układ wskaźników w obu grupach był dużo bardziej złożony — ukazują to profile przedstawione na wykresie 6.2. Dla kolektywistów charakterystyczny był stosunkowo wysoki poziom indywidualizmu horyzontalnego, natomiast dla indywidualistów — wysoki poziom kolektywizmu horyzontalnego.

Tabela 6.7. pokazuje rozkład liczebności kolektywistów oraz indywidualistów w próbie polskiej i brytyjskiej. Zgodnie z orientacją kulturową w próbie polskiej przeważają kolektywiści (65%), natomiast w próbie brytyjskiej — indywidualiści (62%).

Wykres 6.2

Profile wyników dla podgrup kolektywistów i indywidualistów  
wyodrębnionych za pomocą analizy skupień metodą  $k$ -średnich

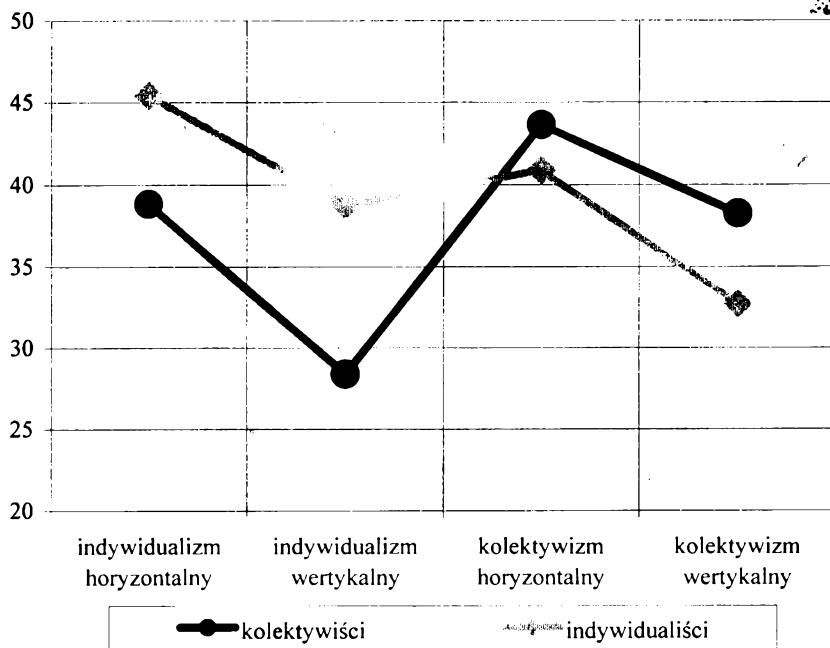


Tabela 6.7

Rozkład liczebności kolektywistów i indywidualistów  
w relacji do kolektywistycznej (Polska)  
i indywidualistycznej (Wielka Brytania) orientacji kulturowej

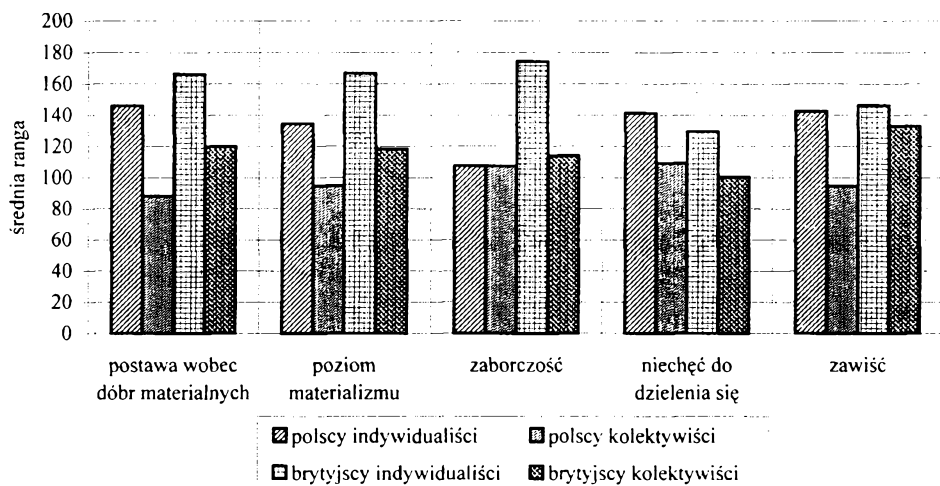
Typ orientacji społecznej		Orientacja indywidualna		Ogółem
		„kolektywiści”	„indywidualiści”	
Orientacja kulturowa	kolektywistyczna	111	60	171
	indywidualistyczna	26	42	68
Ogółem		137	102	239

( $\chi^2 = 14,153$ ;  $df = 1$ ;  $p < 0,0001$ )

Zróznicowanie w zakresie postaw wobec dóbr materialnych oraz ze względu na poziom materializmu i jego składowe w zależności od orientacji społecznej na poziomie indywidualnym oraz kulturowym prezentuje wykres 6.3.

Wykres ten pokazuje, że zarówno orientacja kulturowa, jak i indywidualna różnicuje stosunek do dóbr materialnych. Wyniki testów statystycznych wskazujących istotność różnic pomiędzy poszczególnymi grupami zawierają tabele zamieszczone w załączniku 3.

Różne aspekty stosunku do dóbr materialnych  
a orientacja społeczna indywidualna i kulturowa



I indywidualiści, i kolektywiści w obrębie obydwu analizowanych kultur prezentowali przewidywany poziom postawy wobec dóbr materialnych. Wskaźniki pozytywnej postawy były znacząco wyższe w grupie indywidualistów w obydwu krajach oraz w przypadku Brytyjczyków obydwu orientacji — osób wywodzących się z kultury o tendencjach indywidualistycznych. Ten sam wzorec odnosił się do ogólnego poziomu materializmu. Ustalenia te potwierdzają raz jeszcze wyniki uzyskane w analizie regresji wielokrotnej.

Sprawa komplikuje się jednak w przypadku poszczególnych składowych materializmu. Pod względem zaborczości polscy indywidualiści i kolektywiści nie różnili się. Zbliżoną wartość wskaźnika zaborczości stwierdzono także u brytyjskich kolektywistów. Natomiast wyraźnie wyższy niż w pozostałych grupach poziom zaborczości prezentowali brytyjscy indywidualiści. Przewyższał on znacząco wyniki zarówno polskich indywidualistów, jak i brytyjskich kolektywistów. Zaborczość wyraźnie wzmagala się więc w przypadku indywidualistów funkcjonujących w indywidualistycznym kontekście kulturowym. W indywidualistycznych warunkach kolektywiści nie wykazywali zaborczości w takim stopniu jak indywidualiści. Kolektywistyczny kontekst kulturowy wydawał się tłumić zaborczość zarówno kolektywistów, jak i indywidualistów.

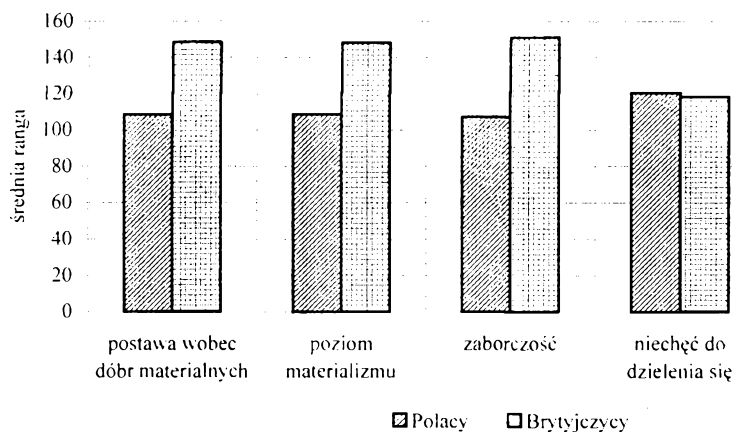
Podobny układ można było zaobserwować w przypadku zawiści, która również potęgowała się w indywidualistycznych warunkach kulturowych. Indywidualiści pozostawali bardziej zawiśni nawet w społeczeństwie kolektywistycznym. Kolektywiści zaś ulegli indywidualistycznemu wzorcowi społecznemu, prezentując poziom zawiści porównywalny z poziomem zawiści indywidualistów. Niechęć do dzielenia się z innymi wiązała się wyraźnie

z indywidualistyczną orientacją jednostkową, jednakże była największa w przypadku polskich indywidualistów, czyli indywidualistów funkcjonujących w kolektywistycznym kontekście kulturowym.

Tendencje te dodatkowo unaocznia zestawienie różnic pomiędzy indywidualistami i kolektywistami niezależnie od kultury oraz pomiędzy Polakami i Brytyjczykami niezależnie od indywidualnej orientacji społecznej, przedstawione na wykresach 6.4. i 6.5.

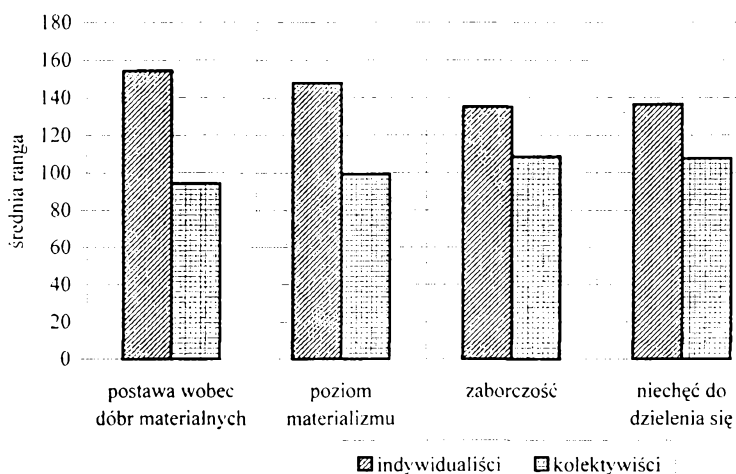
Wykres 6.4

**Różne aspekty stosunku do dóbr materialnych  
a orientacja kulturowa**



Wykres 6.5

**Różne aspekty stosunku do dóbr materialnych  
a orientacja indywidualna**



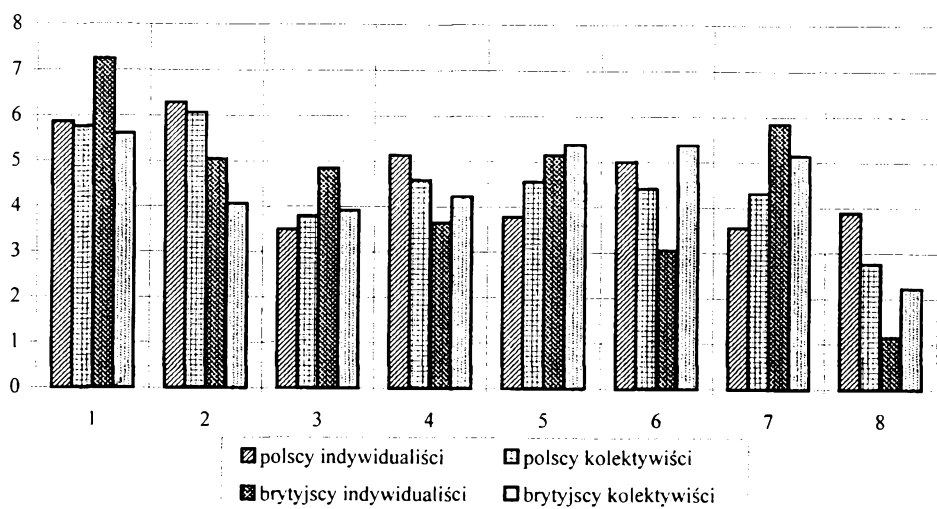
### 6.3.7. Wymiar indywidualny i kulturowy orientacji społecznej a preferencje w zakresie funkcji przypisywanych posiadanym rzeczom

Badani, proszeni o określenie, które z funkcji dóbr materialnych w największym stopniu odnoszą się do rzeczy przez nich posiadanych, przypisywali rangi odpowiednim kategoriom. Średnie rangi przypisane przez badanych z grupy polskiej i brytyjskiej oraz badanych reprezentujących określoną orientację normatywną prezentują wykresy 6.6., 6.7. i 6.8., obrazujące wpływ tylko jednego rodzaju orientacji — albo jednostkowej, albo kulturowej. Wyniki analiz statystycznych, ustalających istotność różnic pomiędzy rangami przypisywanymi poszczególnym funkcjom dóbr materialnych przez kolektywistów i indywidualistów z grupy polskiej oraz angielskiej, zestawione zostały w odpowiednich tabelach zawartych w załączniku 3.

Z analizy statystycznej różnic między poszczególnymi grupami wynika, że nie można wyrokować — jak w przypadku stosunku do dóbr materialnych — o bezpośredniej zależności sposobu spostrzegania funkcji dóbr od orientacji społecznej. W przypadku funkcji dóbr materialnych stwierdzono wyraźne interakcje pomiędzy orientacjami jednostkową i kulturową. Układ wyników sugeruje, iż orientacje indywidualna i kulturowa mogły mieć niejednakowy wpływ na spostrzeganie funkcji posiadanych dóbr materialnych.

Wykres 6.6

**Ważność funkcji przypisywanych posiadanym dobrom materialnym w zależności od orientacji społecznej indywidualnej i kulturowej**

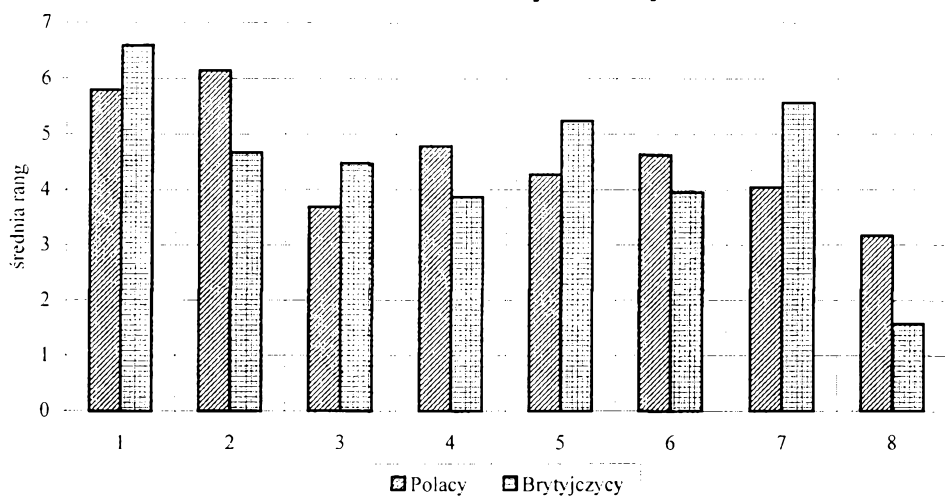


Funkcje: 1 — użytkowa, 2 — hedonistyczna, 3 — interpersonalna, 4 — zabezpieczająca, 5 — poznawcza, 6 — ekspresyjna, 7 — sentymentalna, 8 — prestiżowa.

Funkcja użyteczna posiadanych przedmiotów dominowała w przypadku brytyjskich indywidualistów, czyli w układzie podwójnie indywidualistycznym. Badani Polacy oraz brytyjscy kolektywiści cenili ją w swoich przedmiotach niżej, na mniej więcej równym poziomie. Podobny układ można było zaobserwować w przypadku funkcji interpersonalnej — najbardziej istotna była ona dla brytyjskich indywidualistów, najmniej zaś dla polskich indywidualistów, natomiast kolektywiści z obydwu krajów cenili ją tak samo. Ważność przypisywana funkcji hedonistycznej w istotny sposób różnicowała grupę polską i brytyjską — polscy badani uznali ją za zdecydowanie ważniejszą niż brytyjscy; najmniej ważna była ona dla brytyjskich kolektywistów. Funkcja zabezpieczająca okazała się istotnie ważniejsza dla polskich badanych niż brytyjskich, szczególnie polskich indywidualistów. Funkcję poznawczą z kolei uważali za ważniejszą Brytyjczycy, niezależnie od orientacji, choć jako nieco ważniejszą traktowali ją kolektywiści.

Wykres 6.7

**Ważność funkcji przypisywanych posiadanym dobrom materialnym  
w zależności od orientacji kulturowej**

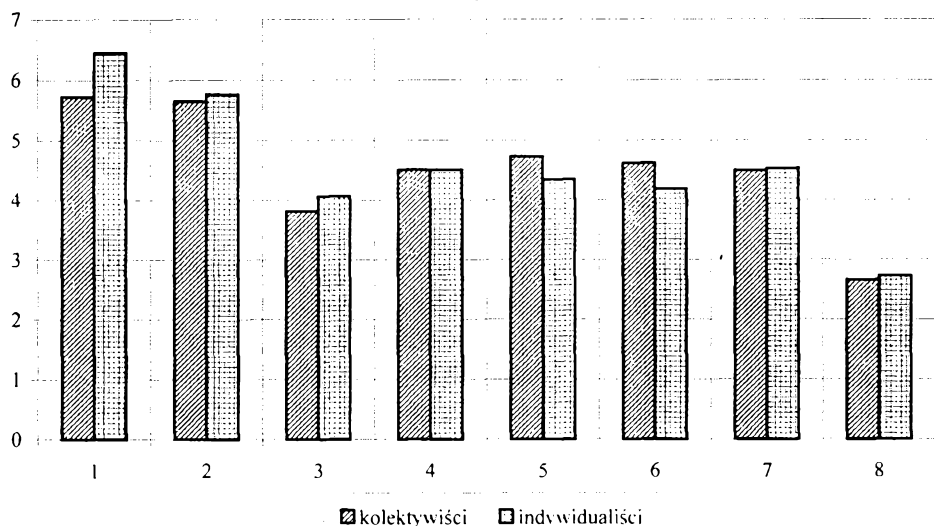


Funkcje: 1 — użyteczna, 2 — hedonistyczna, 3 — interpersonalna, 4 — zabezpieczająca, 5 — poznawcza, 6 — ekspresyjna, 7 — sentymentalna, 8 — prestiżowa.

Śród funkcji symbolicznych funkcja ekspresyjna okazała się bardzo istotna dla Polaków, szczególnie polskich indywidualistów, oraz dla brytyjskich kolektywistów. Funkcję sentymentalną Brytyjczycy lokowali wyraźnie wyżej w rankingu niż Polacy; przede wszystkim odnosiło się to do brytyjskich indywidualistów. Funkcję prestiżową za zdecydowanie ważniejszą uznali Polacy; była ona ważna zwłaszcza dla polskich indywidualistów. Wskazywali ją również brytyjscy kolektywiści znacząco częściej niż indywidualiści.



Ważność funkcji przypisywanych posiadanym dobrom materialnym  
w zależności od orientacji indywidualnej



Funkcje: 1 — użytkowa, 2 — hedonistyczna, 3 — interpersonalna, 4 — zabezpieczająca, 5 — poznawcza, 6 — ekspresyjna, 7 — sentymentalna, 8 — prestiżowa.

Okazało się, że — z jednej strony — kontekst kulturowy wyraźniej niż orientacja indywidualna różnicował sposób spostrzegania funkcji posiadanych przedmiotów, z drugiej natomiast — różnice pomiędzy polskimi i brytyjskimi indywidualistami były zdecydowanie bardziej istotne niż pomiędzy polskimi i brytyjskimi kolektywistami. Szukając ogólnych wzorców percepcji posiadanych dóbr, charakterystycznych dla indywidualistów i kolektywistów funkcjonujących w obrębie indywidualistycznego oraz kolektywistycznego kontekstu kulturowego, można stwierdzić, że indywidualiści w indywidualistycznych warunkach kulturowych (Brytyjczycy) spostrzegali swoje rzeczy przede wszystkim w kategoriach funkcji użytkowej, interpersonalnej, poznawczej i sentymentalnej. Natomiast w przypadku kolektywistów z obydwu krajów oraz indywidualistów funkcjonujących w kolektywistycznym kontekście kulturowym (Polacy) zwracano uwagę na funkcje symboliczne przedmiotów — funkcję ekspresyjną i prestiżową, bardziej niż w układzie podwójnie indywidualistycznym. Wyraźne różnice dotyczyły funkcji zabezpieczającej, należącej do funkcji instrumentalnych. Oznacza to, że kolektywistyczny wzorzec — zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i kulturowym — silniej wpływał na spostrzeganie funkcji przedmiotów niż wzorzec indywidualistyczny. W efekcie wszędzie tam, gdzie pojawiał się element kolektywizmu, następowało ujednolicenie sposobu percepcji. Natomiast indywidualiści w indywidualistycznym

kontekście spostrzegali funkcje należących do nich rzeczy wyraźnie odmiennie niż badani z pozostałych podgrup.

## 6.4. Indywidualizm i materializm — dyskusja i wnioski

### 6.4.1. Indywidualizm i kolektywizm a nastawienie materialistyczne

Jak pokazują uzyskane wyniki, materializm w jego różnych przejawach niewątpliwie wiąże się z orientacją indywidualistyczną, zarówno na poziomie jednostkowym, jak i kulturowym. Orientacja wertykalna w większym stopniu towarzyszy nastawieniu materialistycznemu niż horyzontalna. Oznacza to, że osoby o nastawieniu indywidualistycznym, zakładającym autonomię oraz względną wolność i niezależność jednostki od społecznego kontekstu, a także dążenie do samodzielnego realizowania przez siebie wytyczonych celów, potrzebują dóbr materialnych w większym stopniu niż osoby zorientowane kolektywistycznie. Równocześnie poprzez zasób posiadanych dóbr materialnych realizuje się i uzewnętrznia hierarchiczność relacji społecznych.

Dla kolektywistów zarówno miejsce w świecie, jak i tożsamość wyznaczone są przez pozycję w określonym systemie relacji społecznych, a poczucie własnej wartości zakorzenione jest w przekonaniu o własnej przydatności dla grupy. Indywidualiści, nie mający takich społecznych punktów odniesienia, szukają czytelnych wskaźników swoich osiągnięć, umożliwiających definiowanie tożsamości na własny użytek oraz na użytek innych. Wskaźniki takie, w postaci zasobu i rodzaju zgromadzonych dóbr materialnych, są im podsuwane poprzez normy i wartości społeczeństw konsumpcyjnych. Człowiek zmuszony do samodzielnego radzenia sobie w otaczającym go świecie, ponieważ normą jest niezależność od innych, pozbawiony ram i schematów społecznych, w których zawrzeć się ma jego życie, posiadał bowiem praktycznie nieograniczoną wolność wyboru, zwraca się ku rzeczom, które sam stworzył — chociażby poprzez fakt zakupu. Rzeczy te stają się dla niego samego namacalnym świadectwem efektywnego funkcjonowania i radzenia sobie z rzeczywistością.

Jeśli rację ma CUSHMAN (1990/1992), indywidualistyczne „puste Ja” domaga się wypełnienia, a spośród obiektów otaczających jednostkę najłatwiej jest „wessać” w siebie rzeczy, nie zaś innych ludzi, broniących za wszelką cenę swojej autonomii. Przywiązanie do rzeczy — zamiast do ludzi — z indywidualistycznego punktu widzenia wydaje się mniej zobowiązujące i zagrażające. Przedmiot może być „interaktywny” — w sensie przystosowywania się do właściciela, ale nie jest wymagający. To właściciel decyduje o charakterze

relacji — przedmioty można zatrzymać, pielęgnować, kolekcjonować, ale można się ich również pozbyć bez większych konsekwencji, jeśli zaczynają zawadzać wolności i niezależności jednostki.

Niezbędność rzeczy dla samookreślenia i poczucia sukcesu życiowego indywidualistów powoduje, że są oni bardziej zaborczy, zwłaszcza w indywidualistycznym kontekście kulturowym, gdzie posiadanie określa wartość jednostki, oraz bardziej wyczuleni na to, co posiadają inni, a co — w zestawieniu z ich własnym stanem posiadania — może stanowić negatywną informację zwrotną na temat własnych osiągnięć. Tam natomiast, gdzie dzielenie się z innymi jest normą, czyli w społeczeństwach kolektywistycznych, indywidualiści — broniąc własnej niezależności — wykazują największą niechęć do pozbywania się zasobów na rzecz innych.

Dla osób i kultur zorientowanych kolektywistycznie posiadane dobra mają mniejsze znaczenie, ponieważ źródła tożsamości, kryteria sukcesu życiowego oraz indywidualnych osiągnięć tkwią w normach i wartościach grupy, z którą jednostka się identyfikuje. W takim przypadku dobra materialne mogą zaspokajać potrzeby jednostek na odpowiednim poziomie, wynikającym z rozwoju technologicznego i cywilizacyjnego; i na tym skończy się ich rola. Przedmioty jednakże mogą być również zaangażowane w rozwinięty system komunikowania społecznego, który spaja grupę i pozwala na efektywne przekazywanie zrozumiałych dla jej członków informacji na temat właściwości osobistych oraz społecznych, np. informacji o statusie i prestiżu, wyrażonym przez fakt posiadania określonych dóbr. System ten może być szczególnie przydatny w wertykalnych układach społecznych.

Jednak sformułowanie wniosku, iż dobra materialne mają większe znaczenie dla indywidualistów niż kolektywistów, więc osoby i kultury zorientowane indywidualistycznie są bardziej materialistyczne niż osoby i kultury o orientacji kolektywistycznej, nie wyczerpuje problemu. Podejrzewać bowiem można było, że w ramach tych orientacji w odmiennych kategoriach spostrzegane jest znaczenie posiadanych rzeczy. Dlatego druga część badań koncentrowała się na różnicach w funkcjach nadawanych posiadanym dobrom przez indywidualistów i kolektywistów.

#### **6.4.2. Indywidualizm i kolektywizm a funkcje przypisywane posiadanym dobrom materialnym**

Uzyskane wyniki, odnoszące się do sposobu percepcji posiadanych rzeczy w kategoriach funkcji, jakie mogą one pełnić, nie były już tak klarowne i jednoznaczne, jak w przypadku relacji pomiędzy materializmem a indywidualizmem. Można z nich wysnuć następujące wnioski ogólne:

- Funkcje przypisywane posiadanym dobrom zależą nie tyle od orientacji indywidualistycznej lub kolektywistycznej, co od interakcji pomiędzy tymi orientacjami w wymiarze jednostkowym i kulturowym; dopiero na określonym tle kulturowym indywidualiści i kolektywiści nadają sens posiadanym przez siebie rzeczom.
- Kolektywizm wyciska silniejsze piętno na relacjach jednostek z dobrami materialnymi niż indywidualizm. Wszędzie tam, gdzie mamy do czynienia z orientacją kolektywistyczną — jednostkową lub kulturową, pojawia się zbliżony wzorzec percepcji funkcji pełnionych przez dobra materialne.
- Kolektywiści w swojej percepcji znaczenia dóbr materialnych są podobni, natomiast indywidualiści wyraźnie się różnią, co potwierdza tezę GELFAND, TRIANDISA i CHANA (1996), że kolektywizm w swych przejawach jest mało zróżnicowany, niezależnie od kontekstu kulturowego, natomiast różne oblicza przybiera indywidualizm. Indywidualistyczne spojrzenia na funkcje dóbr materialnych są odmienne w indywidualistycznym i kolektywistycznym kontekście kulturowym; w tym ostatnim zbliża się do spojrzenia właściwego w obu kulturach kolektywistom.

Próba wyjaśnienia indywidualistycznego i kolektywistycznego sposobu percepcji dóbr materialnych sięgać musi do mechanizmów leżących u podłoża obydwu orientacji. Większe znaczenie nadawane przez indywidualistów w indywidualistycznym kontekście kulturowym funkcjom instrumentalnym, zwłaszcza utylitarnej, interpersonalnej i poznawczej, wynika z potrzeby stworzenia sobie optymalnych warunków do realizacji przez siebie ustalonych celów, niezależnie od innych ludzi. W tym kontekście zastanawiać może integracyjna ze swej natury funkcja przedmiotu — funkcja interpersonalna. Jednakże jeśli potraktujemy kontakty międzyludzkie jako jedno z zadań bądź jako warunek realizacji innych zadań, to nie będzie nas dziwić znaczenie nadawane przedmiotom, które mogą umożliwiać łatwiejszy kontakt z innymi ludźmi. Funkcja sentymentalna z kolei, pojawiająca się bardzo wyraźnie u indywidualistów w indywidualistycznej przede wszystkim kulturze — również z pozoru integrująca — może wyrażać się w kultywowaniu i kontynuacji Ja za pośrednictwem przedmiotów, które tworzą zręby dla indywidualnej tożsamości w dłuższym aspekcie czasowym. W tym sensie funkcja sentymentalna nie jest skoncentrowana na związkach interpersonalnych *per se*, ale na stałości poczucia Ja w różnych kontekstach sytuacyjnych i czasowych.

Analizując profil funkcji przypisywanych dobrom materialnym przez indywidualistów i kolektywistów, zastanawiać musi stosunkowo niewielka rola funkcji ekspresyjnej w przypadku osób zorientowanych indywidualistycznie. Odnosząc się do znaczenia nadawanego dobrom materialnym przez jednostki, BLUMBERG (1974) i LUNT (1995) sugerowali, że we współczesnych rozwiniętych społeczeństwach konsumpcyjnych — głównie indywidualistycznych — następuje przesunięcie akcentu z funkcji prestiżowej w kierunku ich roli ekspre-

syjnej. Przedmiot ma być zatem wyrazicielem raczej indywidualnych właściwości posiadacza niż jego miejsca w społecznej hierarchii grupy, do której należy. Tymczasem w zaprezentowanych badaniach okazało się, że funkcja ekspresyjna wyraźniej pojawiała się u kolektywistów i/lub w kolektywistycznym kontekście kulturowym niż u indywidualistów, zwłaszcza w indywidualistycznym kontekście kulturowym. Równocześnie obok funkcji ekspresyjnej w percepcji osób o nastawieniu kolektywistycznym pojawiała się funkcja prestiżowa, generalnie traktowana jako mało ważna przez osoby z nastawieniem indywidualistycznym.

Próbując wyjaśnić ten swoisty paradoks, trzeba zauważyć, że zarówno funkcja ekspresyjna, jak i prestiżowa są funkcjami komunikacyjnymi, tzn. nabierają sensu dopiero w relacjach z innymi ludźmi, którzy rozumieją je jako elementy specyficznego kodu. Zaistnienie w obrębie określonego układu społecznego, czego wymagają społeczeństwa kolektywistyczne i czego potrzebują kolektywistyczne jednostki, wymaga posługiwania się rozbudowanym repertuarem narzędzi komunikacyjnych; dobra materialne mogą być do tego repertuaru włączone. Natomiast w przypadku indywidualistów nie ma takiej potrzeby, w istocie swojej funkcja ekspresyjna nie jest zatem dla nich ważna; jej rolę przejąć może funkcja sentymentalna, pozwalająca na kulturowanie *Ja* we właściwy sobie sposób i na własny użytek, niezależnie od oczekiwań i standardów innych.

Duża rola kultury w określaniu sposobu percepcji posiadanych dóbr materialnych skłania do zastanowienia się nad jeszcze jednym problemem, który jednakże nie może być rozstrzygnięty na podstawie wyników przeprowadzonych badań. Podczas gdy stosunkowo pewnie można stwierdzić, że materializm rzeczywiście wiąże się z orientacją indywidualistyczną, bo wskazują na to wyniki odnoszące się zarówno do jednostkowego, jak i kulturowego wymiaru orientacji I/C, to w przypadku kulturowego kontekstu dla spostrzegania funkcji posiadanych przedmiotów ryzykowna byłaby opinia, że to właśnie wymiar indywidualizmu i kolektywizmu odpowiedzialny jest za takie, a nie inne przypisywanie rzeczom funkcji. Indywidualizm i kolektywizm stanowią tylko jeden z wymiarów definiujących kulturę; bogactwo jej aspektów nie pozwala jednoznacznie stwierdzić, który z nich kształtuje stosunek do posiadanych przedmiotów, a zwłaszcza rozumienie ich funkcji. Ludzie uczą się tego, do czego służą przedmioty, wrastając w określoną kulturę i przyjmując pewien system kategorii znaczeniowych, za którego pośrednictwem rzeczy stają się elementami społecznej komunikacji (por. rozważania zawarte w rozdziale 1.).

Wydaje się, że na to, w jakich funkcjach uczestnicy danej kultury spostrzegają posiadane dobra, oddziaływać może np. orientacja religijna, w której zakorzeniona jest mentalność danego społeczeństwa. Przykładowo, stwierdzenie, że Polacy bardziej niż Brytyjczycy cenią rzeczy w ich aspekcie hedonis-

tycznym, może mieć odniesienie do katolickich korzeni polskiej kultury — z jednej strony, a z drugiej — do tradycji wiktoriańskiego, protestanckiego purytanizmu, którego przynajmniej szczątki nadal tkwią w brytyjskiej mentalności. Z kolei brytyjskie przywiązanie do rzeczy w sensie sentymentalnym, wyraźniejsze niż w próbie polskiej, może mieć odniesienie nie tylko do indywidualistycznego kultywowania Ja, ale także do „brytyjskiej duszy”, o której George Orwell pisał, że tęskni za potęgą utraconego imperium, więc ma tendencje do pielęgnowania związków z przeszłością w posiadanych rzeczach.

Teza o stopniowym odchodzeniu od prestiżowego wymiaru posiadanych dóbr w społeczeństwach zachodnich znajduje potwierdzenie w uzyskanych wynikach — zarówno Brytyjczycy, jak i Polacy traktują funkcję prestiżową dóbr jako najmniej istotną, przy czym dla Polaków jest ona ważniejsza niż dla Brytyjczyków. Znaczyć to może, że Polacy w dalszym ciągu odreagowują frustracje gospodarki niedoborów w „pawiej” formie stosunku do dóbr, traktując je jako istotny element „pokazania się”, a wobec niejednoznaczności wskaźników statusu społecznego bardziej niż Brytyjczycy potrzebują dóbr materialnych po to, by zakomunikować swoją pozycję i osiągnięcia innym.

Uzyskane wyniki zwracają raz jeszcze uwagę na wspomnianą wcześniej tezę o swoistym paradoksie „idealizm — materializm”, który doświadczany ma być przede wszystkim przez ludzi żyjących w zorientowanych indywidualistycznie społeczeństwach. Idealistyczne przekonania na temat niezależności własnej osoby od ludzi i rzeczy zderzają się z ważnością przypisywaną posiadanym zasobom materialnym. DITTMAR (1992) widzi w tym paradoks, ponieważ koncentruje się na założeniach wywodzących się z konstrukcjonizmu społecznego, wedle których do określenia tożsamości jednostki, budowanej w toku społecznych interakcji, wykorzystywane są rzeczy materialne, składające się na specyficzny kod. Za jego pomocą jednostka wyraża siebie i odczytuje informacje o innych w obrębie określonego układu społecznych odniesień. Takie rozumienie roli przedmiotów materialnych w życiu człowieka bardziej niż do indywidualistycznego pasuje do kolektywistycznego układu społecznego. Tymczasem znaczenie nadawane rzeczom materialnym niekoniecznie musi mieć społeczne uwikłanie. Rzeczy mogą mieć znaczenie dla tożsamości indywidualnej jako elementy poszerzające zakres Ja (por. BELK, 1988a; 1988b), środki ekspansji Ja bądź narzędzia realizacji indywidualistycznych celów. W takim ujęciu są one niezbędne dla jednostki i cenione przez nią nie dlatego, że lokują ją w sieci społecznych interakcji, ale ze względu na to, że wzmacniają niezależność oraz stanowią przejaw autonomii i mocy, a także pomagają radzić sobie z poczuciem bezradności, wynikającej z samotności indywidualisty w otaczającym go świecie (por. CSIKSZENTMIHALYI, ROCHBERG-HALTON, 1981).

Zarówno w kolektywistycznym, jak i indywidualistycznym kontekście dobra materialne pełnią istotną funkcję komunikacyjną. Odmienne jest jednakże

treść komunikatów w nich zawartych. Dobra materialne, generalnie ważniejsze w kontekście indywidualistycznym niż kolektywistycznym oraz istotniejsze dla indywidualistów niż dla kolektywistów, mogą stanowić w indywidualistycznym układzie „twardy” komunikat o samym sobie, skierowany nie tylko do innych ludzi, ale przede wszystkim do samego siebie. Dobra materialne stają się namacalną miarą osiągnięć i sukcesu życiowego. Dla indywidualisty w indywidualistycznej zwłaszcza kulturze, mającego świadomość ograniczonego wsparcia społecznego, stanowią ponadto egzystencjalne „być albo nie być” — istotny warunek osiągania zamierzonych celów oraz efektywnego funkcjonowania pośród zdarzeń, których ich posiadacz jest podmiotem i sprawcą. Z tego względu symboliczna warstwa posiadanych rzeczy jest mniej ważna niż ich fizyczna wieloaspektowa użyteczność. W tym świetle również zrozumiały wydaje się wyższy poziom zaborczości i zawiści, szczególnie w podwójnie indywidualistycznym układzie. Jedynie potrzeba utrzymywania poczucia kontynuacji indywidualistycznego Ja kieruje uwagę na rzeczy, które są ważne, ponieważ stanowią punkty zaczepienia dla indywidualnej tożsamości, ulegającej zmianom w ciągu życia jednostki. Zdaje się, że w takim właśnie „sentymentalnym” sensie pojawiały się cenione przez Brytyjczyków z klasy średniej dobra materialne w badaniach DITTMAR (1992), która uznała to za przejaw dominacji funkcji symbolicznych nad instrumentalnymi (por. rozdział 2.).

Kolektywiści, określając się poprzez układ społecznych odniesień, potrzebują mniej dóbr materialnych w ich „twardej” fizycznej formie. W ich przypadku bardziej istotny, zwłaszcza w obrębie społeczeństwa kolektywistycznego, jest rozbudowany i subtelny kod komunikacyjny, mający zastosowanie w obrębie własnej grupy. Z tego względu kolektywiści przy generalnie niższym poziomie przywiązania do dóbr materialnych, cenią dobra ze względu na ich społeczne znaczenie i odniesienia.

## **7. Człowiek pośród dóbr materialnych — podsumowanie**

### **7.1. Do czego są potrzebne dobra materialne?**

Prezentowane w poprzednich rozdziałach rozważania teoretyczne i ustalenia empiryczne pokazują, że relacje człowieka ze światem dóbr materialnych mają charakter złożonych i wielowymiarowych interakcji. Interakcje te określane są przede wszystkim przez mnogość znaczeń, jakie ludzie nadają samemu faktowi posiadania pewnych dóbr materialnych, oraz wieloaspektową funkcjonalność tychże dóbr, decydującą o ich przydatności — w wymiarze instrumentalnym i symbolicznym — w życiu zarówno pojedynczych osób, jak i grup społecznych.

Dobra materialne są potrzebne człowiekowi po to, aby mógł przetrwać w świecie wypełnionym rzeczami, które w coraz większym stopniu stają się jego „naturalnym środowiskiem” (BAUDRILLARD, [1970] 1998). To przetrwanie dawno już wyszło poza granice fizycznego zaspokojenia i zabezpieczenia, przynajmniej w krajach i środowiskach, które nie borykają się ze skrajnym niedostatkiem i brakiem środków na to, by partycypować w globalnym „festiwalu konsumpcji”. Przetrwanie odnosi się bardziej do nadążania za rozwojem technologicznym i nieustannie zmieniającymi się standardami efektywności w warunkach, jakie zapowiadał już prawie trzydzieści lat temu Alvin TOFFLER (1998). Nie ma powrotu do świata bez rzeczy. Nawet ludzie, którzy decydują się wycofać z głównego nurtu życia społecznego i ekonomicznego, w swych pozornie oddalonych od cywilizacji domach instalują komputery z dostępem do internetu, nie mówiąc już o sprzęcie, ułatwiającym wykonywanie codziennych czynności, takich jak pranie czy przyrządzanie posiłków.

Powody, dla których są nam potrzebne dobra materialne, wykraczają jednakże daleko poza tę zaawansowaną technologicznie instrumentalność.



Rzeczy są nie tylko po to, by pomagały człowiekowi przetrwać, ale również po to, by mógł on zaistnieć. Wątkiem nieustannie przewijającym się w rozdziałach niniejszej pracy były rozważania oparte na założeniu, że rzeczy materialne silnie wiążą się z własnym Ja, z koncepcją samego siebie, tożsamością człowieka i jego poczuciem własnej wartości. Rzeczy, otaczając człowieka od dzieciństwa aż do śmierci, pełnią swoją najistotniejszą pozainstrumentalną funkcję — funkcję „towarzyszenia tożsamości”. Są narzędziem zarówno integracji z otoczeniem, jak i dyferencjacji — wtedy, kiedy Ja potrzebuje zaznaczyć swoją odmiennność i odróżnić się od społecznego tł. Uczestniczą w mniej lub bardziej dramatycznych zmianach sytuacji życiowej. W końcu stają się nośnikami swoistej nieśmiertelności, przeciągając w przyszłość, niekiedy bardzo odległą, psychologiczną obecność osoby, która w sensie fizycznym odeszła.

Ważność, jaką ludzie nadają posiadaniu dóbr materialnych, oraz spostrzegana wielorakość ich funkcji stanowią zmienną indywidualną, różniącą ludzi między sobą. Tę indywidualną cechę określa się mianem materializmu. Osoby o wysokim poziomie materializmu mają przekonanie, że dobra materialne są w stanie zaspokoić większość ich potrzeb, poświadczając odniesienie sukcesu w życiu, a posiadanie zapewnia szczęście i satysfakcję życiową. Jednakże problem osób, które charakteryzuje wysoki poziom materializmu, polega na tym, że trudno im za pomocą dóbr, jakimi się otaczają, zrealizować swój nadrzędny cel — osiągnąć szczęście. Próby powiązania materialistycznej koncentracji na dobrach materialnych z poczuciem szczęścia lub chociażby satysfakcją z tego, co się posiada, zwykle kończą się niepowodzeniem. Badania, przytoczone w rozdziale 3., wyraźnie pokazują, że materialiści nie są szczęśliwi. Goniąc za ciągle oddalającym się ideałem materialnego zaspokojenia, popadają w ciąg niekończących się frustracji i rozczarowań, z którymi próbują sobie radzić poprzez nabywanie kolejnych dóbr, nie przynoszących im jednak spodziewanej satysfakcji.

Jeśli dobra materialne są rzeczywiście ważne w życiu współczesnego człowieka, jeśli mogą decydować o poczuciu życiowego sukcesu i satysfakcji, to powinny być przydatne jako narzędzie wspierania, wzmacniania i ochrony własnego Ja. Badania (por. rozdział 4.) pokazują, że ludzie starają się wykorzystywać rzeczy tak, by wzmacniały lub kompensowały aspekty Ja, których albo w ogóle brakuje w obrazie samego siebie, a są pożądane, albo nie ma co do nich pewności, że się je już posiadało. Również stwierdzenie rozbieżności w koncepcji Ja prowokuje do radzenia sobie z pojawiającymi się emocjami poprzez nabywanie dóbr, które mają te rozbieżności przynajmniej pomniejszyć. Nie ma jednak dowodów na to, że zakupione ubrania i odpowiednie akcesoria rzeczywiście to wątpliwe we własną wartość Ja ochronią i wzmocnią. Okazuje się, że może być dokładnie na odwrót — wyniki przeprowadzonych przeze mnie badań sugerują, że posiadane dobra materialne w obliczu zagro-

żenia Ja w najlepszym razie nie mają żadnego znaczenia dla jego ochrony; mogą je natomiast pograżać, obniżając dodatkowo samoocenę, zwłaszcza w przypadku osób, dla których posiadane rzeczy są w życiu szczególnie ważne, czyli osób z wysokim poziomem materializmu. Osoby takie wprawdzie próbują angażować cenione przez siebie rzeczy w ochronę samooceny, ale prawdopodobnie przyjęta przez nie strategia, polegająca na koncentracji bardziej na instrumentalnym i społeczno-prestiżowym niż hedonistyczno-ekspresyjnym aspekcie tychże dóbr, nie prowadzi do pożądanych rezultatów.

Przydatność dóbr materialnych w życiu człowieka wynika także z ich społecznych uwikłań. „Towarzystwo tożsamości” dokonuje się w pewnym kontekście społeczno-kulturowym, który podpowiada jednostkom kategorie, w jakich mogą określać swoje Ja na własny użytek oraz na użytek innych ludzi, wchodzących z nimi w interakcje.

W toku rozwoju historycznego Ja z towarzyszącą mu otoczką materialną przeszło przez etap sztywnych zaszerogowań klasowych — od średniowiecznego Ja rozmytego w tradycji i społecznych identyfikacjach, poprzez Ja kapitalistyczno-modernistyczne, określane stosunkowo precyzyjnie przez pozycję w społecznej stratyfikacji, osiągając w końcu stadium indywidualistycznego, postmodernistycznego Ja, przed którym stoi niezwykle trudne zadanie znalezienia dla siebie odpowiednich kategorii definiujących w chaosie praktycznie nieograniczonych możliwości. Na tej drodze rozwoju jednostkowej tożsamości dobra materialne najpierw wyrażały potęgę, moc i władzę ich posiadacza albo — przeciwnie — jego małość i podporządkowanie. Następnie lokowały go w obrębie uporządkowanego systemu klas społecznych, których prestiż, szanse społeczne i jednocześnie wzorce konsumpcji były wyraźnie określone. W końcu dobra materialne zaprzęgnięte zostały w służbę indywidualnej tożsamości i zaczęły być wykorzystywane w funkcji komunikatu o tym, kim się jest jako autonomiczna indywidualność.

Za najistotniejszy rezultat badań i analiz przeprowadzonych w niniejszej pracy uważam empiryczne potwierdzenie tezy, rozpowszechnionej nie tyle w psychologii, co w szeroko rozumianych naukach społecznych, wiążącej indywidualizm z materializmem, czyli szczególną ważnością nadawaną dobrom materialnym. Dobra materialne potrzebne są przede wszystkim osobom z dominującą orientacją indywidualistyczną do zaznaczenia i podkreślenia własnej tożsamości — po to, by odpowiedzieć sobie na pytanie, „kim jestem”, oraz zakomunikować to, „kim jestem”, innym, próbującym rozeznaczyć się w skomplikowanym świecie społecznych konfiguracji.

Znaczenie nadawane dobrom materialnym w sensie zarówno ogólnego poziomu materializmu, jak i rozumienia funkcji spełnianych przez posiadane rzeczy jest większe (dobra materialne są istotniejsze) w życiu jednostek zorientowanych indywidualistycznie oraz w indywidualistycznych kulturach. Osoby z tożsamością indywidualną, w odróżnieniu od osób z tożsamością rozmytą

w społecznym układzie odniesienia, bardziej cenią sobie posiadane dobra i ich potencjalną przydatność w realizowaniu zamierzonych celów. Spoglądając szerzej na ogólne orientacje społeczne i normatywne, dla których określony rodzaj tożsamości stanowi jeden z czynników konstytuujących, okazuje się, że orientacja indywidualistyczna, zwłaszcza w swojej wertykalnej odmianie, w przeciwieństwie do orientacji kolektywistycznej, szczególnie w odmianie horyzontalnej, związana jest z wyższym poziomem materializmu w jego warstwie zarówno funkcjonalnej, jak i charakterologicznej. Taka relacja znajduje swoje potwierdzenie również w kulturowym wymiarze indywidualizmu i kolektywizmu — osoby wywodzące się z kultury indywidualistycznej prezentują silniejsze nastawienie materialistyczne niż osoby związane z kulturą o wyraźnych tendencjach kolektywistycznych.

## **7.2. Kierunki dalszych badań w ramach psychologii posiadania**

Zaprezentowane w tej pracy badania odnoszą się do wybranych aspektów bogatej problematyki relacji człowieka ze światem dóbr materialnych. Nie na wszystkie jednakże pytania udało się do końca odpowiedzieć. Dalszej uwagi wymagają szczególnie następujące zagadnienia:

Po pierwsze — prawidłowości odnoszące się do „towarzyszenia tożsamości” przez dobra materialne, w sensie ich wkładu w określanie własnego Ja przez kobiety i mężczyzn, znajdujących się w różnych miejscach cyklu życiowego, zostały już dostatecznie dobrze opisane, zarówno w literaturze zachodniej, jak i jako efekt zaprezentowanych w rozdziale 2. badań. Wątpliwości budzić może jedynie analiza funkcji i znaczenia dóbr materialnych wśród osób o różnym statusie społeczno-ekonomicznym. Ten aspekt problemu wymaga dalszej uwagi, mocniejszej kontroli zmiennych i zastosowania precyzyjniejszych wskaźników tegoż statusu.

Po drugie — funkcje przypisywane posiadanym dobrom materialnym, czyli sposób rozumienia ich znaczenia, szczególnie dla psychologicznego dobrostanu posiadacza, wydają się istotniejsze, niż to założono w przedstawionych badaniach. Jeśli nawet posiadane dobra materialne nie mają afirmacyjnego potencjału, to sposób spostrzegania ich funkcji prawdopodobnie różnicuje efekty posiadania w odniesieniu do obrazu samego siebie i poczucia własnej wartości.

Po trzecie — większość uzyskanych danych pochodziła od osób znajdujących się w jednym stadium cyklu życiowego. Było to działanie zamierzone, ze względu na konieczność wyeliminowania wpływu dodatkowych zmiennych

na wyniki. W efekcie jednak pozostaje otwarte pytanie, czy stwierdzone prawidłowości odnoszą się tylko do jednego etapu cyklu życiowego, czy — przeciwnie — pomimo odmiennych ogólnych konfiguracji cenionych przedmiotów i ich funkcji charakterystycznych dla poszczególnych etapów cyklu życiowego, tendencje, wynikające z określonych rodzajów dominującej tożsamości lub orientacji społecznych, pozostaną takie same.

Po czwarte — w rozdziale 3. zaproponowałam trójwarstwowy model materializmu, wyprowadzony przede wszystkim z analiz teoretycznych. Model ten wymaga empirycznej weryfikacji, a co za tym idzie — znalezienia satysfakcjonującej i rzetelnej metody badania materializmu na poziomie aksjologicznym oraz charakterologicznym.

Prezentowana praca nie wyczerpuje, oczywiście, wszystkich problemów związanych z posiadaniem dóbr materialnych i ich szeroko rozumianej funkcjonalności. Poza nią pozostaje szereg zagadnień i wątków, które mogłyby pomóc w jeszcze głębszym zrozumieniu natury relacji współczesnego człowieka z dobrami materialnymi.

Pytanie o to, do czego i w jakim zakresie potrzebne są nam dobra materialne, przywołuje np. problem relacji pomiędzy „egzystencjalną koniecznością” a luksusem i „zbytkiem”. W którym miejscu kończy się rzeczywista użyteczność rzeczy we wszystkich wymiarach — nie tylko utylitarnym, ale również psychologicznym i społecznym, a zaczyna luksus, czyli „wartość dodana”, która z egzystencjalnego punktu widzenia jest po prostu zbędna? Gdzie jest granica pomiędzy rzeczywistym zaspokajaniem potrzeb a „zachciankami”? Ile człowiekowi naprawdę potrzeba, żeby osiągnąć psychologiczny dobrostan? Od jakich czynników zależy w końcu spostrzeganie dóbr jako konieczności lub luksusu?

Inny problem dotyczy czasowej perspektywy posiadania dóbr — specyficznego konsumpcyjnego „tu i teraz”, oraz oczekiwań związanych z przyszłością. Chodzi tu o poczucie bezpieczeństwa związane z materialną stabilizacją. Czy i w jaki sposób zmiany warunków zewnętrznych — ekonomicznych oraz społecznych — modyfikują sposób spostrzegania konieczności i luksusu? Jak zmieniają się potrzeby w tym względzie? Czym uwarunkowane są lęki ekonomiczne — strach przed pogorszeniem się sytuacji materialnej własnej i rodziny? Jakie są konsekwencje tych lęków? Podobno — oprócz śmierci — dwóch rzeczy jeszcze możemy być pewni w życiu: tego, że zapłacimy państwu należne podatki, oraz tego, że warunki materialne pogorszą się po przejściu na emeryturę<sup>1</sup>. Jak świadomość nieuchronności sytuacji tego typu oddziałuje na stosunek do zasobów materialnych i rozumienie funkcji dóbr?

---

<sup>1</sup> Tak twierdzi Karl-Erik Wärneryd (informacja ustna).

Jeśli dobra materialne rzeczywiście odgrywają ważną rolę w życiu człowieka, to jak daleko jest on w stanie posunąć się, żeby wejść w posiadanie upragnionych rzeczy? Problem ten odnosi się do umiejscowienia dóbr materialnych w głęboko zakorzenionej hierarchii wartości, światopoglądzie i standardach moralnych. Co ludzie są w stanie poświęcić, z czego zrezygnować, aby „mieć”? William BLOOM (2001), w swojej pełnej pasji książce o pieniądzu, rzeczach i człowieczeństwie, przyznaje się bezwstydnie do tego, że jako bardzo młody człowiek — notabene z dobrze sytuowanej, „porządnej” rodziny — kradł po to, by wypełnić odpowiednimi rzeczami swoją „głodną” tożsamość. Gdzie przebiega więc granica pomiędzy moralnością posiadania, w tym podporządkowania się regułom obyczajowym i prawnym, a przekraczaniem obowiązujących reguł tylko po to, by zagarnąć określone dobra? Nie chodzi tu zresztą tylko o nieszanowanie prawa, ale również o takie zjawiska, jak zadłużanie się i jego granice, generalnie — o brzemienny w psychologiczne skutki problem tolerancji na odroczoną gratyfikację w sferze materialnej.

Problem moralności posiadania nie odnosi się tylko do łamania prawa po to, by „mieć”. Wiąże się on także ze sprawiedliwością posiadania. Jak powinny być dzielone zasoby materialne? Na podstawie jakich reguł można określać, kto zasługuje na jakie dobra, poziom materialnego komfortu czy luksusu? Jak subiektywnie doświadczane jest zróżnicowanie w statusie materialnym? Jakie konsekwencje — psychologiczne i społeczne — ma sytuacja, gdy zróżnicowanie to uznane zostaje za nieuzasadnione? Literatura na temat percepcji sprawiedliwości alokacji dóbr i doświadczania naruszenia sprawiedliwości w relacjach interpersonalnych jest stosunkowo bogata (por. SKARŻYŃSKA, 1985; WOSIŃSKA, 1989), jednakże zmieniające się konteksty społeczno-ekonomiczne, mieszanie się ideologii i stylów życia, również kontrasty pomiędzy bogactwem i ubóstwem w globalizującym się świecie stawiają problem sprawiedliwości i moralności posiadania w nowym świetle.

Inny nurt rozważań — jedynie zasygnalizowany w rozdziale 2., a niewątpliwie zasługujący na więcej uwagi — ukierunkowany jest na problem miejsca dóbr materialnych w procesach wymiany społecznej. Wyjście poza antropologiczny aspekt problemu i skupienie się na procesach psychologicznych skłaniają do postawienia pytania o specyficzną ekwiwalentność wymiany — co za co i w jakich proporcjach? Szczególnie obiecujący obszar badań wyznacza umiejscowienie rzeczy materialnych w procesach nawiązywania, podtrzymywania i pielęgnowania oraz zrywania określonych interakcji, w tym prawidłowości związane z wymianą prezentów, poczynając od wymiany rzeczy stanowiących jednoznacznie emocjonalne komunikaty, po wymianę noszącą znamiona korupcji.

Z zagadnieniami posiadania dóbr materialnych wiąże się wiele problemów sięgających psychopatologii bądź jej pogranicza. Uzależnienie od posiadania

jest tego najlepszym przykładem. W tym samym nurcie mieści się też „problem Scroodge’a”<sup>2</sup> — prototypowego skąpca i pracoholika. Skłania on do głębszego zastanowienia się — z jednej strony — nad kompensacyjnymi aspektami posiadania dóbr materialnych, a z drugiej — do wyjścia poza psychoanalityczne wyjaśnienia tego zagadnienia.

Na dodatek wydaje się, że psychologia posiadania musi zmierzyć się z problemami jeszcze innego rodzaju, wynikającymi z nieustannie dokonujących się zmian w świecie — w jego wymiarze zarówno technologicznym, jak i społecznym. Chodzi tu np. o problem własności intelektualnej<sup>3</sup> — własności dóbr z natury niematerialnych, które jednakże w procesach wymiany społecznej nabierają wartości przeliczanej na niemałe pieniądze. Podobny problem odnosi się do własności różnego rodzaju danych osobistych — począwszy od numeru PESEL i adresu, a skończywszy na danych na temat stanu zdrowia lub wręcz wyposażenia genetycznego — które we współczesnym świecie nabrały znaczenia istotnego „dobra” o dużej wartości ekonomicznej.

Zwykle od autorów prac podobnych do prezentowanej oczekuje się odpowiedzi na jeszcze jedno pytanie — o praktyczne implikacje ich badań. Odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa w przypadku tej pracy. Na pewno osoby zajmujące się promocją i marketingiem dóbr konsumpcyjnych mogłyby znaleźć w tym opracowaniu wiele inspirujących ustaleń, jednakże akurat ten rodzaj praktycznych implikacji pozostaje poza obszarem celów, jakie chciałam osiągnąć. Istnieje jednakże obawa, że wskazanie jakichkolwiek innych implikacji praktycznych będzie miało zbyt duży ładunek „moralizatorski”. Moralizatorstwo przecież zarzucano zarówno FROMMOWI (1995), jak i MARCELOWI (1986). Idąc tym samym tropem, oskarżycielskim w swoim wydźwięku pracom BAUDRILLARDA ([1970] 1998) i CUSHMANA (1990/1992) też można by było zarzucić brak naukowego dystansu i obiektywizmu. Prace te łączy wartościowanie — opowiadanie się jednoznacznie po stronie „być” oraz krytyka indywidualistycznej i materialistycznej orientacji, stanowiącej rdzeń rozwiniętych społeczeństw konsumpcyjnego kapitalizmu, w których w efekcie „handlu” fałszywymi symbolami (por. LEISS, KLINE, JHALLY, 1990) wyrasta „puste Ja” współczesnego człowieka.

Czy we współczesnym świecie istnieje jednak jakakolwiek alternatywa konsumpcji? Kultura konsumpcji z jej ekonomicznymi korzeniami prawdopodobnie takiej alternatywy nie ma — nadmiar wyprodukowanych dóbr, usług i symboli musi zostać skonsumowany, by zrobić miejsce dla następnych i utrzymać przy życiu cały konsumpcyjny przemysł. Czy jednak nie ma alter-

---

<sup>2</sup> Scroodge — postać z *Opowieści wigilijnej* Karola Dickensa.

<sup>3</sup> Za zwrócenie uwagi na ten problem dziękuję Recenzentowi prof. dr. hab. Tadeuszowi Tyszcze.

natywy kultury konsumpcji, patrząc na problem z psychologicznej perspektywy? Wydaje się, że indywidualistyczne Ja — dojrzewając — mogłoby ewoluować w stronę Ja „wspólnotowego” (JARYMOWICZ, 1999), które nie rezygnując z autonomii i niezależności, określałoby się poprzez relacje międzyludzkie, a nie posiadane dobra materialne. Czy jednak jest to możliwe w warunkach współczesnych społeczeństw? Pozwolę sobie w niniejszej pracy pozostawić to pytanie bez odpowiedzi.

# Aneks

Załącznik I

Tabela 1

Częstotliwość wyborów przedmiotów ważnych w zależności od miejsca w cyklu życiowym  
(zestawienie procentowe)

Rodzaj dóbr	Ogółem	Wolni strzelcy	Pary	Rodziny	Puste gniazda	Seniorzy	$\chi^2$	p
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Dobra trwałe</b>								
Dom / mieszkanie	90	90	85	75	100	100	10,00	0,04*
Działka budowlana lub rekreacyjna, ogród, garaż	39	40	20	40	55	40	5,21	0,26
Pieniądze (gotówka, konto bankowe, polisa ubezpieczeniowa itp.)	87	95	95	90	95	60	16,44	0,00**
<b>Dobra użytkowe</b>								
<b>Wyposażenie domu / mieszkania</b>								
Umeblowanie domu / mieszkania	63	65	65	60	75	50	2,83	0,58
Sprzęt AGD	66	45	60	65	90	70	9,53	0,04*
Sprzęt audio-wideo	78	90	80	70	75	75	2,68	0,61
Rośliny ozdobne w domu i ogrodzie	49	40	35	35	70	65	9,36	0,05
Dzieła sztuki (obrazy, rzeźby, grafiki) i antyki	32	50	20	30	45	15	8,54	0,07
Drobne kolekcje i bibeloty	27	35	25	30	15	30	2,33	0,67
Komputer: sprzęt i oprogramowanie	50	75	75	40	40	20	18,80	0,00**
Telefon	76	85	85	65	75	70	3,51	0,47



1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Środki lokomocji</b>								
Samochód / motocykl	69	70	70	80	85	40	11,41	0,02*
Rower	38	35	35	30	50	40	1,95	0,74
<b>Osobiste przedmioty codziennego użytku</b>								
Ubranie i obuwie	56	65	45	50	65	55	2,59	0,62
Bizuteria	32	35	35	25	25	40	1,65	0,79
Zegarek	64	60	55	70	65	70	1,47	0,83
Przedmioty „wspomagające”: laska, okulary, aparat słuchowy	50	40	30	40	50	90	17,60	0,00**
Przedmioty przydatne do wykonywania pracy zawodowej	32	45	35	30	50	0	14,06	0,01**
<b>Przedmioty związane ze spędzaniem czasu wolnego, hobby</b>								
Sprzęt rekreacyjny	32	30	20	40	45	25	3,95	0,41
Sprzęt fotograficzny	39	45	35	40	40	35	0,58	0,96
Instrumenty muzyczne	22	20	35	15	15	25	3,26	0,51
Przedmioty związane z hobby	26	20	10	25	40	35	5,92	0,20
<b>Dobra nietrwale</b>								
<b>Nośniki kultury i informacji</b>								
Książki	73	85	70	70	75	65	2,33	0,67
Czasopisma i codzienna prasa	65	55	65	60	60	85	4,83	0,30
Płyty, kasety audio i wideo	61	85	75	50	55	40	11,51	0,02*
<b>Drobne przedmioty osobiste</b>								
Zdjęcia	57	70	55	35	50	75	8,40	0,07
Korespondencja	40	45	45	40	30	40	1,25	0,87
Pamiątki rodzinne, autografy, dedykacje itp.	43	45	30	30	55	55	5,14	0,27
Osobiste dokumenty i oznaczenia	52	50	65	35	55	55	3,84	0,42
Prezenty i upominki od osób znaczących	42	50	40	35	40	45	1,06	0,89

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Notatki, notesy, pamiętniki, dzienniki	41	55	55	20	40	35	7,19	0,12
Przedmioty związane z kultem religijnym	38	40	25	20	55	50	7,89	0,09
Maskotki	15	20	20	5	20	10	3,13	0,53
Kosmetyki i przybory toaletowe	60	75	70	35	70	50	9,58	0,05*
Słodczyce, papierosy, używki	47	55	45	50	50	35	1,84	0,76

\*  $p \leq 0,05$ \*\*  $p \leq 0,01$ 

Tabela 2

**Częstotliwość wyborów przedmiotów ważnych przez kobiety i mężczyzn  
(zestawienie procentowe)**

Rodzaj dóbr	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	$\chi^2$	$p$
1	2	3	4	5	6
<b>Dobra trwałe</b>					
Dom / mieszkanie	90	94	86	1,78	0,18
Działka budowlana lub rekreacyjna, ogród, garaż	39	34	44	1,05	0,30
Pieniądze (gotówka, konto bankowe, polisa ubezpieczeniowa itp.)	87	86	88	0,08	0,76
<b>Dobra użytkowe</b>					
<b>Wypożyczenie domu / mieszkania</b>					
Umeblowanie domu / mieszkania	63	70	56	2,10	0,14
Sprzęt AGD	66	78	54	6,41	0,01**
Sprzęt audio-wideo	78	72	84	2,09	0,14
Rośliny ozdobne w domu i ogrodzie	49	52	46	0,36	0,54
Dzieła sztuki (obrazy, rzeźby, grafiki) i antyki	32	40	24	2,94	0,08
Drobne kolekcje i bibeloty	27	34	20	2,48	0,11
Komputer: sprzęt i oprogramowanie	50	46	54	0,64	0,42
Telefon	76	74	78	0,21	0,64
<b>Środki lokomocji</b>					
Samochód / motocykl	69	56	82	7,90	0,00**
Rower	38	36	40	0,17	0,68

1	2	3	4	5	6
<b>Osobiste przedmioty codziennego użytku</b>					
Ubranie i obuwie	56	60	52	0,64	0,42
Bizuteria	32	56	8	26,47	0,00**
Zegarek	64	58	70	1,56	0,21
Przedmioty „wspomagające”: laska, okulary, aparat słuchowy	50	48	52	0,16	0,68
Przedmioty przydatne do wykonywania pracy zawodowej	32	26	38	1,65	0,19
<b>Przedmioty związane ze spędzaniem czasu wolnego, hobby</b>					
Sprzęt rekreacyjny	32	26	38	1,65	0,19
Sprzęt fotograficzny	39	38	40	0,42	0,83
Instrumenty muzyczne	22	18	26	0,93	0,46
Przedmioty związane z hobby	26	34	18	3,32	0,06
<b>Dobra nietrwale</b>					
<b>Nośniki kultury i informacji</b>					
Książki	73	76	70	0,45	0,49
Czasopisma i codzienna prasa	65	60	70	1,01	0,29
Płyty, kasety audio i wideo	61	62	60	0,04	0,83
<b>Drobne przedmioty osobiste</b>					
Zdjęcia	57	64	50	1,99	0,15
Korespondencja	40	42	38	0,16	0,68
Pamiątki rodzinne, autografy, dedykacje itp.	43	44	42	0,04	0,84
Osobiste dokumenty i odznaczenia	52	46	58	1,44	0,23
Prezenty i upominki od osób znaczących	42	52	32	4,10	0,04*
Notatki, notesy, pamiętniki, dzienniki	41	48	34	2,02	0,15
Przedmioty związane z kultem religijnym	38	34	42	0,67	0,41
Maskotki	15	22	8	3,84	0,05*
Kosmetyki i przybory toaletowe	60	74	46	8,16	0,01**
Słodczyce, papierosy, używki	47	42	52	1,00	0,31

\*  $p \leq 0,05$ \*\*  $p \leq 0,01$

Tabela 3

**Częstotliwość wyborów przedmiotów ważnych w zależności od poziomu wykształcenia  
(zestawienie procentowe)**

Rodzaj dóbr	Ogółem	Mniej niż średnie	Średnie	Pomaturalne	Wyższe	$\chi^2$	p
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Dobra trwałe</b>							
Dom / mieszkanie	90	94,12	94,44	85,71	84,85	2,36	0,49
Działka budowlana lub rekreacyjna, ogród, garaż	39	52,94	36,11	35,71	36,36	1,67	0,64
Pieniądze (gotówka, konto bankowe, polisa ubezpieczeniowa itp.)	87	76,47	91,67	100,00	81,82	5,23	0,15
<b>Dobra użytkowe</b>							
Wyposażenie domu / mieszkania							
Umeblowanie domu / mieszkania	63	47,06	75,00	71,43	54,55	5,51	0,13
Sprzęt AGD	66	58,82	69,44	57,14	69,70	1,27	0,73
Sprzęt audio-wideo	78	70,59	86,11	71,43	75,76	2,37	0,49
Rośliny ozdobne w domu i ogrodzie	49	47,06	55,56	42,86	45,45	1,02	0,79
Dzieła sztuki (obrazy, rzeźby, grafiki) i antyki	32	5,88	41,67	21,43	39,39	8,42	0,03*
Drobne kolekcje i bibeloty	27	23,53	36,11	28,57	18,18	2,94	0,40
Komputer: sprzęt i oprogramowanie	50	17,65	52,78	57,14	60,61	8,99	0,02*
Telefon	76	64,71	80,56	71,43	78,79	1,89	0,59
<b>Środki lokomocji</b>							
Samochód / motocykl	69	76,47	52,78	71,43	81,82	7,44	0,06
Rower	38	47,06	41,67	21,43	36,36	2,46	0,48
<b>Osobiste przedmioty codziennego użytku</b>							
Ubranie i obuwie	56	35,29	72,22	28,57	60,61	11,36	0,01**
Bizuteria	32	11,76	38,89	42,86	30,30	4,78	0,18
Zegarek	64	58,82	77,78	28,57	66,67	10,89	0,01*
Przedmioty „wspomagające”: laska, okulary, aparat słuchowy	50	58,82	58,33	14,29	51,52	8,70	0,03*
Przedmioty przydatne do wykonywania pracy zawodowej	32	17,65	36,11	14,29	42,42	5,55	0,13

1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Przedmioty związane ze spędzaniem czasu wolnego, hobby</b>							
Sprzęt rekreacyjny	32	23,53	36,11	14,29	39,39	3,68	0,29
Sprzęt fotograficzny	39	29,41	50,00	21,43	39,39	4,30	0,23
Instrumenty muzyczne	22	11,76	27,78	14,29	24,24	2,32	0,51
Przedmioty związane z hobby	26	23,53	33,33	21,43	21,21	1,60	0,65
<b>Dobra nietrwale</b>							
<b>Nośniki kultury i informacji</b>							
Książki	73	35,29	88,89	64,29	78,79	17,97	0,00**
Czasopisma i codzienna prasa	65	58,82	72,22	35,71	72,73	7,25	0,06
Płyty, kasety audio i wideo	61	35,29	77,78	64,29	54,55	9,62	0,02*
<b>Drobne przedmioty osobiste</b>							
Zdjęcia	57	47,06	69,44	50,00	51,52	3,64	0,30
Korespondencja	40	23,53	55,56	14,29	42,42	9,48	0,02*
Pamiątki rodzinne, autografy, dedykacje itp.	43	29,41	50,00	35,71	45,45	2,38	0,49
Osobiste dokumenty i odznaczenia	52	41,18	61,11	42,86	51,52	2,46	0,48
Prezenty i upominki od osób znaczących	42	29,41	47,22	35,71	45,45	1,89	0,59
Notatki, notesy, pamiętniki, dzienniki	41	23,53	50,00	35,71	42,42	3,54	0,31
Przedmioty związane z kultem religijnym	38	41,18	47,22	21,43	33,33	3,30	0,34
Maskotki	15	0,00	25,00	14,29	12,12	6,04	0,11
Kosmetyki i przybory toaletowe	60	47,06	75,00	57,14	51,52	5,59	0,13
Słodycze, papierosy, używki	47	58,82	58,33	35,71	33,33	6,00	0,11

\*  $p < 0,05$ \*\*  $p < 0,01$

Tabela 4

**Częstotliwość wyborów przedmiotów ważnych w zależności od poziomu dochodów  
(zestawienie procentowe)**

Rodzaj dóbr	Ogółem	Niskie	Poniżej średniej	Powyżej średniej	Wysokie	$\chi^2$	p
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Dobra trwałe</b>							
Dom / mieszkanie	90	100,00	96,55	87,18	81,82	4,47	0,21
Działka budowlana lub rekreacyjna, ogród, garaż	39	40,00	37,93	38,46	40,91	0,05	0,99
Pieniądze (gotówka, konto bankowe, polisa ubezpieczeniowa itp.)	87	90,00	75,86	89,74	95,45	4,91	0,17
<b>Dobra użytkowe</b>							
<b>Wyposażenie domu / mieszkania</b>							
Umeblowanie domu / mieszkania	63	80,00	48,28	69,23	63,64	4,59	0,20
Sprzęt AGD	66	60,00	68,97	66,67	63,64	0,33	0,95
Sprzęt audio-wideo	78	70,00	86,21	76,92	72,73	1,89	0,59
Rośliny ozdobne w domu i ogrodzie	49	50,00	51,72	56,41	31,82	3,54	0,31
Dzieła sztuki (obrazy, rzeźby, grafiki) i antyki	32	20,00	31,03	33,33	36,36	0,88	0,82
Drobne kolekcje i bibeloty	27	40,00	34,48	20,51	22,73	2,71	0,43
Komputer: sprzęt i oprogramowanie	50	0,00	62,07	43,59	68,18	15,24	0,00**
Telefon	76	80,00	75,86	74,36	77,27	0,16	0,98
<b>Środki lokomocji</b>							
Samochód / motocykl	69	30,00	55,17	76,92	90,91	15,78	0,00**
Rower	38	10,00	48,28	43,59	27,27	6,21	0,10
<b>Osobiste przedmioty codziennego użytku</b>							
Ubranie i obuwie	56	70,00	58,62	58,97	40,91	3,05	0,38
Bizuteria	32	20,00	31,03	38,46	27,27	1,64	0,64
Zegarek	64	80,00	58,62	69,23	54,55	2,79	0,42
Przedmioty „wspomagające”: laska, okulary, aparat słuchowy	50	50,00	68,97	43,59	36,36	6,45	0,09
Przedmioty przydatne do wykonywania pracy zawodowej	32	10,00	27,59	25,64	59,09	10,62	0,01*

1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Przedmioty związane ze spędzaniem czasu wolnego, hobby</b>							
Sprzęt rekreacyjny	32	10,00	37,93	25,64	45,45	5,24	0,15
Sprzęt fotograficzny	39	20,00	37,93	35,90	54,55	3,92	0,27
Instrumenty muzyczne	22	10,00	37,93	15,38	18,18	6,31	0,09
Przedmioty związane z hobby	26	30,00	27,59	28,21	18,18	0,91	0,82
<b>Dobra nietrwale</b>							
<b>Nośniki kultury i informacji</b>							
Książki	73	80,00	82,76	64,10	72,73	3,21	0,35
Czasopisma i codzienna prasa	65	40,00	68,97	61,54	77,27	4,61	0,20
Płyty, kasety audio i wideo	61	70,00	72,41	46,15	68,18	6,01	0,11
<b>Drobne przedmioty osobiste</b>							
Zdjęcia	57	70,00	65,52	48,72	54,55	2,69	0,44
Korespondencja	40	50,00	55,17	28,21	36,36	5,58	0,13
Pamiątki rodzinne, autografy, dedykacje itp.	43	50,00	51,72	35,90	40,91	1,94	0,58
Osobiste dokumenty i odznaczenia	52	50,00	48,28	53,85	54,55	0,28	0,96
Prezenty i upominki od osób znaczących	42	10,00	62,07	41,03	31,82	9,95	0,01*
Notatki, notesy, pamiętniki, dzienniki	41	20,00	58,62	35,90	36,36	6,16	0,10
Przedmioty związane z kultem religijnym	38	30,00	51,72	33,33	31,82	3,30	0,34
Maskotki	15	0,00	20,69	12,82	18,18	2,82	0,42
Kosmetyki i przybory toaletowe	60	50,00	68,97	64,10	45,45	3,60	0,30
Słodycze, papierosy, używki	47	40,00	51,72	38,46	59,09	2,88	0,40

\*  $p < 0,05$ \*\*  $p < 0,01$

**Skala SDM**

(wersja F)

Pomyśl przez chwilę o rzeczach, które należą do Ciebie i zastanów się, jaką pełnią one funkcję w Twoim życiu, jakie mają dla Ciebie znaczenie. Następnie zaznacz na skalach, w jakim stopniu zgadzasz się z każdym z podanych poniżej stwierdzeń. Nie ma tu odpowiedzi dobrych lub złych, chodzi nam o to, byś najlepiej określił swoje prawdziwe przekonania i opinie. Kolejne cyfry na skalach oznaczają:

- |                                  |                              |
|----------------------------------|------------------------------|
| 1 — zdecydowanie się nie zgadzam | 5 — raczej się zgadzam       |
| 2 — nie zgadzam się              | 6 — zgadzam się              |
| 3 — raczej się nie zgadzam       | 7 — zdecydowanie się zgadzam |
| 4 — trudno powiedzieć            |                              |

- |  |               |
|--|---------------|
| 1. Posiadanie dóbr materialnych ma dla mnie mniejsze znaczenie niż dla większości ludzi, których znam.     | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 2. Uważam, że jedno z najważniejszych osiągnięć życiowych polega na zdobyciu wysokiej pozycji materialnej. | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 3. W sensie materialnym mam wszystko, czego potrzebuję, by cieszyć się życiem.                             | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 4. Zasób posiadanych dóbr nie jest oznaką sukcesu życiowego.   | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 5. Sądzę, że byłbym szczęśliwszy, gdybym miał lepsze rzeczy, niż aktualnie posiadam.                       | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 6. Lubię mieć przedmioty, które robią duże wrażenie na innych.   | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 7. Nie zwracam szczególnej uwagi na to, co inni ludzie posiadają.  | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 8. Czasami bardzo doskwiera mi to, że nie mogę mieć wszystkich tych rzeczy, które chciałbym posiadać.      | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 9. Przedmioty, które mam, pozwalają mi dobrze czuć się wśród moich przyjaciół i znajomych.                 | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 10. Posiadanie pewnych przedmiotów materialnych może dodawać pewności siebie.                              | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 11. Zgromadzone dobra materialne nie świadczą o moim sukcesie i powodzeniu życiowym lub ich braku.         | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 12. Posiadanie dóbr materialnych może zapewnić poczucie wolności i niezależności.                          | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 13. Usilnie dążę do zdobycia dóbr i przedmiotów materialnych, o których marzę.                             | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 14. Mam wiele takich rzeczy, których nie dałoby się zastąpić innymi — ich utrata byłaby bardzo bolesna.    | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 15. Fakt posiadania lub nieposiadania pewnych dóbr nie wpływa na moją samoocenę.                           | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 16. Cieszy mnie już samo posiadanie pewnych rzeczy.  | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 17. Nie byłbym bardziej zadowolony, gdybym mógł pozwolić sobie na kupowanie droższych rzeczy.              | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 18. Gromadzenie dóbr i pieniędzy jest dla mnie przyjemnością.  | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 19. Ludzie, którzy posiadają kosztowne przedmioty, domy, samochody itp., budzą we mnie podziw i respekt.   | 1—2—3—4—5—6—7 |
| 20. Luksus to jedna z najważniejszych wartości w moim życiu.   | 1—2—3—4—5—6—7 |



## Stosunek do dóbr materialnych

Tabela 1

Wyniki testu dla różnic w zakresie poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych pomiędzy Brytyjczykami i Polakami (orientacja kulturowa)

	Stosunek do dóbr materialnych (SDM)	Poziom materializmu	Zaborczość	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>U</i> Manna—Whitneya	3 868,000	3 892,000	3 682,000	5 710,000	4 362,000
<i>W</i> Wilcoxona	18 574,000	18 598,000	18 388,000	8 056,000	19 068,000
<i>Z</i>	–4,037	–3,988	–4,427	–0,216	–3,019
Istotność asymptotyczna (dwustronna)	0,000	0,000	0,000	0,829	0,003

Tabela 2

Wyniki testu dla różnic w zakresie poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych pomiędzy indywidualistami i kolektywistami (orientacja jednostkowa)

	Stosunek do dóbr materialnych (SDM)	Poziom materializmu	Zaborczość	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>U</i> Manna—Whitneya	3 467,500	4 146,500	5 444,000	5 296,500	4 514,000
<i>W</i> Wilcoxona	12 920,500	13 599,500	14 897,000	14 749,500	13 967,000
<i>Z</i>	–6,659	–5,376	–2,923	–3,204	–4,690
Istotność asymptotyczna (dwustronna)	0,000	0,000	0,003	0,001	0,000

Tabela 3

Wyniki testu dla różnic w zakresie poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych pomiędzy brytyjskimi i polskimi indywidualistami

	Postawa wobec dóbr materialnych	Poziom materializmu	Zaborczość	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>U</i> Manna—Whitneya	932,000	882,000	603,000	1 122,000	1 241,000
<i>W</i> Wilcoxona	2 762,000	2 712,000	2 433,000	2 025,000	3 071,000
<i>Z</i>	–2,232	–2,572	–4,477	–0,941	–0,130
Istotność asymptotyczna (dwustronna)	0,026	0,010	0,000	0,346	0,897

Tabela 4

**Wyniki testu dla różnic w zakresie poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych pomiędzy brytyjskimi i polskimi kolektywistami**

	Postawa wobec dóbr materialnych	Poziom materializmu	Zaborczość	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>U</i> Manna—Whitneya	1 007,000	1 131,000	1 376,000	1 362,000	993,000
<i>W</i> Wilcoxona	7 223,000	7 347,000	7 592,000	1 713,000	7 209,000
<i>Z</i>	– 2,395	– 1,714	– 0,368	– 0,445	– 2,476
Istotność asymptotyczna (dwustronna)	0,017	0,087	0,713	0,656	0,013

Tabela 5

**Wyniki testu dla różnic w zakresie poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych pomiędzy polskimi indywidualistami i kolektywistami**

	Postawa wobec dóbr materialnych	Poziom materializmu	Zaborczość	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>U</i> Manna—Whitneya	1 594,500	2 185,500	3 299,000	2 456,500	2 010,000
<i>W</i> Wilcoxona	7 810,500	8 401,500	5 129,000	8 672,500	8 226,000
<i>Z</i>	– 5,619	– 3,707	– 0,101	– 2,832	– 4,282
Istotność asymptotyczna (dwustronna)	0,000	0,000	0,920	0,005	0,000

Tabela 6

**Wyniki testu dla różnic w zakresie poszczególnych aspektów stosunku do dóbr materialnych pomiędzy brytyjskimi indywidualistami i kolektywistami**

	Postawa wobec dóbr materialnych	Poziom materializmu	Zaborczość	Niechęć do dzielenia się	Zawiść
<i>U</i> Manna—Whitneya	278,000	306,000	272,000	398,000	496,000
<i>W</i> Wilcoxona	629,000	657,000	623,000	749,000	847,000
<i>Z</i>	– 3,388	– 3,032	– 3,467	– 1,876	– 0,634
Istotność asymptotyczna (dwustronna)	0,001	0,002	0,001	0,061	0,526

## Funkcje dóbr materialnych

Tabela 7

**Wyniki Testu Jonckheere—Terpstra dla różnic pomiędzy rangami  
przypisywanymi poszczególnym funkcjom dóbr materialnych  
w zależności od typu orientacji społecznej**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonis- tyczna	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpie- czająca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
Liczba pozio- mów orientacji społecznych	4	4	4	4	4	4	4	4
<i>N</i>	219	219	219	219	219	219	219	219
Obserwowana statystyka J—T	9 244,5	6 011,5	9 639,5	6 738,5	10 171	7 087	11 031	5 946,5
Średnia statys- tyka J—T	8 264	8 264	8 264	8 264	8 264	8 264	8 264	8 264
Odchylenie stan- dardowe statys- tyki J—T	493,253	501,931	502,523	504,553	505,604	504,398	504,805	469,531
Standaryzowana statystyka J—T	1,988	−4,488	2,737	−3,023	3,8	−2,333	5,481	−4,936
Istotność asymp- totyczna (dwu- stronna)	0,047	0,000	0,006	0,002	0,000	0,020	0,000	0,000

Tabela 8

**Wyniki testu dla różnic pomiędzy rangami  
przypisywanymi poszczególnym funkcjom dóbr materialnych  
w zależności od orientacji kulturowej (różnice pomiędzy Polakami i Brytyjczykami)**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonis- tyczna	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpie- czająca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
<i>U</i> Manna— Whitneya	3 787	3 044	3 686	3 823	3 769	4 084	2 773	3 239
<i>W</i> Wilcoxona	155 568	5 255	15 467	6 034	15 550	6 295	14 554	5 450
<i>Z</i>	−3,032	−4,734	−3,215	−2,880	−3,000	−2,267	−5,344	−4,568
Istotność asymp- totyczna (dwu- stronna)	0,002	0,000	0,001	0,004	0,003	0,023	0,000	0,000

Tabela 9

**Wyniki testu dla różnic pomiędzy rangami  
przypisywanymi poszczególnym funkcjom dóbr materialnych  
w zależności od orientacji indywidualnej  
(różnice pomiędzy indywidualistami i kolektywistami)**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonis- tyczna	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpiecza- jąca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
<i>U</i> Manna— Whitneya	4 727,5	5 653,5	5 344,5	5 834,5	5 336	5 228	5 813	5 878,5
<i>W</i> Wilcoxona	12 477,5	13 403,5	13 094,5	13 584,5	9 896	9 788	13 563	13 628,5
<i>Z</i>	−2,586	−0,517	−1,191	−0,121	−1,202	−1,440	−0,167	−0,027
Istotność asymp- tetyczna (dwu- stronna)	0,010	0,605	0,234	0,904	0,229	0,150	0,867	0,979

Tabela 10

**Wyniki testu dla ważności funkcji  
przypisywanych posiadanym dobrom materialnym  
przez polskich i brytyjskich indywidualistów**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonis- tyczna	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpiecza- jąca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
<i>U</i> Manna— Whitneya	655,000	774,000	620,000	562,000	723,000	535,000	405,000	409,000
<i>W</i> Wilcoxona	2 195,000	1 594,000	216,000	1 382,000	2 263,000	1 355,000	1 945,000	1 229,000
<i>Z</i>	−3,553	−2,501	−3,687	−4,123	−2,869	−4,329	−5,295	−5,677
Istotność asymp- tetyczna (dwu- stronna)	0,000	0,012	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000

Tabela 11

**Wyniki testu dla ważności funkcji  
przypisywanych posiadanym dobrom materialnym  
przez polskich i brytyjskich kolektywistów**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonistycz- na	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpiecza- jąca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>U</i> Manna— Whitneya	127,000	530,000	1 185,000	1 176,000	980,000	980,000	949,000	1 167,000
<i>W</i> Wilcoxona	1 621,000	881,000	6 036,000	1 527,000	5 831,000	5 831,000	5 800,000	1 518,000

cd. tabeli 11

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Z	-0,025	-4,640	-0,554	-0,608	-1,822	-1,822	-2,020	-0,711
Istotność asym- tetyczna (dwu- stronna)	0,980	0,000	0,580	0,543	0,068	0,069	0,043	0,477

Tabela 12

**Wyniki testu dla ważności funkcji  
przypisywanych posiadanym dobrom materialnym  
przez polskich indywidualistów i kolektywistów**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonis- tyczna	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpiecza- jąca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
U Manna— Whitneya	2 613,500	2 585,500	2 500,500	2 305,500	2 128,000	2 249,000	2 066,000	2 007,500
W Wilcoxon	7 465,500	7 436,500	4 040,500	7 156,500	3 668,000	7 100,000	3 606,000	6 858,500
Z	-0,317	-0,426	-0,749	-1,496	-2,174	-1,712	-2,419	-2,743
Istotność asym- tetyczna (dwu- stronna)	0,751	0,670	0,454	0,135	0,030	0,087	0,016	0,006

Tabela 13

**Wyniki testu dla ważności funkcji  
przypisywanych posiadanym dobrom materialnym  
przez brytyjskich indywidualistów i kolektywistów**

	Funkcja użyteczna	Funkcja hedonis- tyczna	Funkcja interperso- nalna	Funkcja zabezpiecza- jąca	Funkcja poznawcza	Funkcja ekspresyjna	Funkcja sentymen- talna	Funkcja prestiżowa
U Manna— Whitneya	320,000	382,000	338,000	430,000	460,000	286,000	382,000	340,000
W Wilcoxon	671,000	733,000	689,000	1 250,000	1 280	1 106,000	733,000	1 160,000
Z	-2,876	-1,835	-2,497	-1,215	-0,800	-3,181	-1,848	-3,026
Istotność asym- tetyczna (dwu- stronna)	0,004	0,066	0,013	0,224	0,424	0,001	0,065	0,002

## Bibliografia

- ADAMIEC M., KULIK R., 1993: *Uzależnienie od dobrobytu. Przyczynek do zrozumienia*. W: RATAJCZAK Z., red.: „Kolokwia Psychologiczne”, 2: *Zmiany społeczne. Zagrożenia i wyzwania dla jednostki*. Warszawa: Instytut Psychologii PAN.
- ADAMS J. S., 1965: *Inequity in Social Exchange*. In: BERKOWITZ L., ed.: *Advances in Experimental Social Psychology*, 2. New York: Academic Press.
- ADORNO T., 1991: *The Culture Industry*. London: Routledge.
- ADORNO T., HORKHEIMER M., 1973: *Dialectics of Enlightenment*. London: Allen Lane.
- AGNEW J-Ch., 1986: *Worlds Apart*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ANDREWS F. M., WHITNEY S. B., 1976: *Social Indicators of Well-Being: American Perception of Life Quality*. New York: Plenum.
- APPADURAI A., ed., 1986: *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- AUGIER M., 2001: *Sublime Simone: The Consistent Vision of Economic Psychology's Nobel Laureate*. „Journal of Economic Psychology”, 22: 307–334.
- BAILEY W., LOWN J., 1993: *A Cross-Cultural Examination of the Etiology of Attitudes Toward Money*. „Journal of Consumer Studies and Home Economics”, 17: 391–402.
- BARTHES R., 1964: *Elements of Semiology*. New York: Hill & Wang.
- BAUDRILLARD J., [1970] 1998: *The Consumer Society. Myths & Structures*. London: SAGE Publications.
- BAUMEISTER R. F., 1987: *How the Self Became a Problem: A Psychological Review of Historical Research*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 52: 163–176.
- BAUMEISTER R. F., 1995: *Self and Identity: An Introduction*. In: TESSER A., ed.: *Advanced Social Psychology*. Boston: McGraw-Hill.
- BAUMEISTER R., 1999: *The Nature and Structure of the Self: An Overview*. In: BAUMEISTER R. F., red.: *The Self in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press.
- BEGLEHOLE E., 1931: *Property: A Study in Social Psychology*. London: Allen and Unwin.
- BEGGAN J. K., 1991: *Using What You Own to Get What You Need: The Role of Possessions in Satisfying Control Motivation*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 129–146.
- BELK R. W., 1982: *Acquiaring, Possessioning and Collecting: Fundamental Processes in Consumer Behavior*. In: BUSH R. F., HUNT S. D., eds.: *Marketing Theory: Philosophy of Science Perspective*. Chicago: American Marketing Association.
- BELK R. W., 1984: *Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity and Relationships to Measures of Happiness*. In: KINNEAR T., ed.: *Advances in Consumer Research*. Vol. 11. Provo, UT: Association for Consumer Research.

- BELK R. W., 1985: *Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World*. „Journal of Consumer Research”, 12: 265–280.
- BELK R. W., 1988a: *My Possessions Myself*. „Psychology Today”, 22: 50–52.
- BELK R. W., 1988b: *Possessions and the Extended Self*. „Journal of Consumer Research”, 15: 139–168.
- BELK R. W., 1989: *Extended Self and Extending Paradigmatic Perspective*. „Journal of Consumer Research”, 16: 129–132.
- BELK R. W., 1991: *The Ineluctable Mysteries of Possessions*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 17–55.
- BELK R. W., 1995: *Studies in the New Consumer Behavior*. In: MILLER D., ed.: *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*. London: Routledge.
- BELK R. W., 1998: *Leaping Luxuries and Transitional Consumers*. [Referat wygłoszony na konferencji *Marketing Issues in Transitional Economies*, Ann Arbor, Michigan, USA].
- BELK R. W., BAHN K. D., MAYER R. N., 1982: *Developmental Recognition of Consumption Symbolism*. „Journal of Consumer Research”, 9: 4–17.
- BELL S. S., MORRIS B., HOLBROOK M. B., SOLOMON M. R., 1991: *Combining Esthetic and Social Value to Explain Preferences for Product Styles with the Incorporation of Personality and Ensemble Effects*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 243–274.
- BENGSTON V. L., LOVEJOY M. C., 1973: *Values, Personality, and Social Structure*. „American Behavioral Scientist”, 16: 880–912.
- BERGER P., LUCKMAN T., 1966: *The Social Construction of Reality*. New York: Doubleday.
- BERTI A. E., BOMBI A. S., 1988: *The Child's Conception of Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BERTI A. E., BOMBI A. S., LIS A., 1982: *The Child's Conceptions about Means of Production and Their Owners*. „European Journal of Social Psychology”, 12: 221–239.
- BIKONT A., 1988: *Tożsamość społeczna — teorie, hipotezy, znaki zapytania*. W: JARYMOWICZ M., red.: *Studia nad spostrzeganiem relacji Ja — Inni: tożsamość, indywiduacja, przynależność*. Wrocław: Ossolineum.
- BLIXEN K., 1997: *Dagerotypy*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
- BLOOM A., 1997: *Umysł zamknięty*. Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.
- BLOOM W., 2001: *Pieniądże, serce i umysł*. Warszawa: Santorski & Co.
- BLUMBERG P., 1974: *The Decline and Fall of the Status Symbol: Some Thoughts on Status in a Post-Industrial Society*. „Social Problems”, 21: 490–498.
- BOCOCK R., 1993: *Consumption*. London: Routledge.
- BOORSTIN D., 1973: *The Americans: The Democratic Experience*. New York: Random House.
- BOSKI P., 1992: *O byciu Polakiem w Ojczyźnie i o zmianach tożsamości kulturowo-narodowej na obczyźnie*. W: BOSKI P., JARYMOWICZ M., MALEWSKA-PEYRE H., red.: *Tożsamość a odmienność kulturowa*. Warszawa: IP PAN.
- BOSKI P., 1999: *Humanizm w kulturze i mentalności Polaków*. W: WOJCISZKE B., JARYMOWICZ M., red.: *Psychologia rozumienia zjawisk społecznych*. Warszawa: PWN.
- BOULDING K. E., 1991: *Reflections on Property, Liberty, and Polity*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 1–16.
- BOURDIEU P., 1984: *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: Routledge.
- BRAUN O. L., WICKLUND R. A., 1989: *Psychological Antecedents of Conspicuous Consumption*. „Journal of Economic Psychology”, 10: 161–87.
- BREDEMEIER H. C., TOBY J., 1960: *Social Problems in America: Costs and Casualties in an Acquisitive Society*. New York: Wiley.

- BREEN T. H., 1993: *The Meanings of Things: Interpreting the Consumer Economy in the Eighteenth Century*. In: BREWER J., PORTER R., eds.: *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge.
- BROOKS J., 1981: *Showing off in America*. Boston: Little, Brown.
- BROWN R. J., TURNER J. C., 1981: *Interpersonal and Intergroup Behaviour*. In: TURNER J. C., GILES H., eds.: *Intergroup Behaviour*. Oxford: Basil Blackwell.
- BRZEZIŃSKI J., 1978: *Elementy metodologii badań psychologicznych*. Warszawa: PWN.
- BURDSAL Ch. Jr., 1975: *An Examination of Second Order Motivational Factors as Found in Adults*. „Journal of Genetic Psychology”, 127: 83—89.
- BURK C., 1900: *The Collecting Instinct*. „Pedagogical Seminary”, 7: 179—207.
- BURROUGHS W. J., DREWS D. R., HALLMAN W. K., 1991: *Predicting Personality from Personal Possessions: A Self Presentational Analysis*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 147—163.
- CAMBELL A., 1981: *The Sense of Well-Being in America*. New York: McGraw Hill.
- CAMBELL D., 1969: *Various Social Attitude Scales*. In: ROBINSON J. P., SHAVER P. R., eds.: *Measures of Political Attitudes*. Ann Arbor, MI: Survey Research Center, University of Michigan: 648—653.
- CAMBELL J. D., 1990: *Self-Esteem and Clarity of the Self-Concept*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 59: 538—549.
- CAMPBELL C., 1991: *Consumption: The New Wave of Research in the Humanities and Social Sciences*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6, 57—74.
- CANTRIL H., 1965: *The Pattern of Human Concerns*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- CIALDINI R. B., WOSIŃSKA W., BARRETT D. W., BUTNER J., GÓRNIK-DUROSE M., 1999: *Compliance with a Request in Two Cultures: The Differential Influence of Social Proof and Commitment / Consistency on Collectivists and Individualists*. „Personality and Social Psychology Bulletin”, 25: 1242—1253.
- COHEN J. B., 1989: *An Over-Extended Self?* „Journal of Consumer Research”, 16: 125—128.
- CRAM F., NG S. H., 1994: *Children's Understanding of Public Ownership*. „European Journal of Social Psychology”, 24: 469—480.
- CRAM F., NG S. H., 1999: *Consumer Socialisation*. „Applied Psychology: An International Review”, 48: 297—312.
- CSIKSZENTMIHALYI M., 2000: *The Costs and Benefits of Consuming*. „Journal of Consumer Research”, 27: 267—272.
- CSIKSZENTMIHALYI M., ROCHBERG-HALTON E., 1981: *The Meanings of Things. Domestic Symbols and the Self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CULLINAN T., 1979: *Mine and Thine, Ours and Theirs. An Anthology on Ownership in the Christian Tradition*. London: Catholic Truth Society.
- CUSHMAN P., 1990/1992: *Why the Self is Empty: Toward a Historically Situated Psychology*. „American Psychologist”, 45: 599—611. [Polskie tłumaczenie: *Dlaczego „ja” jest puste*. „Nowiny Psychologiczne”, 3: 29—55].
- CZAPIŃSKI J., 1991: *Psychologia szczęścia*. Poznań: Akademos.
- DAAB W., 1990: *Indywidualizm i kolektywizm jako orientacje społeczno-polityczne*. W: REYKOWSKI J., SKARŻYSKA K., ZIÓLKOWSKI M., red.: *Orientacje społeczne jako element mentalności*. Poznań: Wydawnictwo Nakom.
- DAAB W., 1993: *Indywidualizm a poglądy społeczno-polityczne*. W: REYKOWSKI J., red.: *Wartości i postawy społeczne a przemiany systemowe*. Warszawa: PAN.



- DÄUN Ä., 1983: *The Materialistic Life-Style: Some Socio-Psychological Aspects*. In: UUSITALO L., ed.: *Consumer Behavior and Environmental Quality*. Helsinki: Gower.
- DAWKINS R., 1996: *Samolubny gen*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- DAWSON S., BAMOSSY G., 1991: *If „We Are What We Have,” What Are we When We Don't Have?: An Exploratory Study of Materialism Among Expatriate Americans*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 363–384.
- DERBIS R., BAŃKA A., 1998: *Poczucie jakości życia a swoboda działania i odpowiedzialność*. Poznań: Wydawnictwa Naukowe SPA.
- DERRIDA J., 1976: *Of Grammatology*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- DESCHAMPS J.-C., DEVOS Th., 1998: *Regarding the Relationship Between Social Identity and Personal Identity*. In: WORCHEL S., MORALES J. F., PAEZ D., DECHAMPS J.-C., eds.: *Social Identity. International Perspectives*. London: SAGE Publications.
- DE YOUNG R., 1985: *Encouraging Environmentally Appropriate Behavior: The Role of Intrinsic Motivation*. „Journal of Environmental Systems”, 15: 281–292.
- DIAMOND J., 1996: *Trzeci szympan*. Warszawa: PIW.
- DICKINS D., FERGUSON V., 1957: *Practises and Attitudes of Rural White Children and Parents concerning Money*. „Mississippi Agricultural Experiment Station Technical Bulletin”, 43. [Za: RICHINS M. L., DAWSON S., 1992: *A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation*. „Journal of Consumer Research”, 19: 303–316].
- DIENER E., DIENER M., 1995: *Cross-Cultural Correlates of Life Satisfaction and Self-Esteem*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 68: 653–663.
- DIENER E., SANDVIK E., SEIDLITZ L., DIENER M., 1993: *The Relationship Between Income and Subjective Well-Being: Relative or Absolute?* „Social Indicator Research”, 28: 195–223.
- DITTMAR H., 1991: *Meanings of Material Possessions as Reflections of Identity: Gender and Social — Material Position in Society*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 165–186.
- DITTMAR H., 1992: *The Social Psychology of Material Possessions: To Have Is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- DITTMAR H., BEATTIE J., FRIESE S., 1995: *Gender Identity and Material Symbols: Objects and Decision Considerations in Impulse Purchases*. „Journal of Economic Psychology”, 16: 491–511.
- DOLIŃSKI D., 1995: *Etyka produktywności. Czy duch kapitalizmu krąży nad Polską?* „Kołokwia Psychologiczne”, 4: 11–22.
- DOUGLAS M., ISHERWOOD B., [1979] 1996: *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London: Routledge.
- ECO U., 1976: *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- ECO U., 1996: *Nieobecna struktura*. Warszawa: Wydawnictwo KR.
- ELLEN R., 1988: *Fetishism*. „Man”, June: 213–235. [Za: BELK R. W., 1991: *The Ineluctable Mysteries of Possessions*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 17–55].
- ELLIS L., 1985: *On the Rudiments of Possessions and Property*. „Social Science Information”, 24: 1108–1115.
- ETZIONI A., 1991: *The Socio-Economics of Property*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 465–468.
- FEATHERSTONE M., 1990: *Perspectives on Consumer Culture*. „Sociology”, 21: 5–22.

- FIRAT A. F., VENKATESH A., 1995: *Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption*. „Journal of Consumer Research”, 22: 239—267.
- FOA E. B., FOA U. G., 1980: *Resource Theory. Interpersonal Behavior as Exchange*. In: GERGEN K. J., GREENBERG M. S., WILLIS R. H., eds.: *Social Exchange*. New York: Plenum Publishing Corporation.
- FOURNIER S., RICHINS M. L., 1991: *Some Theoretical and Popular Notions Concerning Materialism*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 403—414.
- FOX R. W., LEARS T. J. J., 1983: *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880—1980*. New York: Harper and Row.
- FREUD Z., [1936] 2001: *Wstęp do psychoanalizy*. Warszawa: De Agostini / Alaya.
- FRIEDMAN M., 2000: *A New Look at the Materialism Concept in Consumer Research Practice*. In: HOLZL E., ed.: *Conference Proceedings: Fairness & Cooperation. XXV Annual Colloquium on Research in Economic Psychology and SABE 2000 Conference*. Baden—Vienna / Austria, 12—16 July.
- FROMM E., 1995: *Mieć czy być*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- FUKUYAMA F., 1997: *Koniec historii*. Poznań: Zysk i S-ka.
- FURBY L., 1980: *Collective Possession and Ownership: A Study of Its Judged Feasibility and Desirability*. „Social Behavior and Personality”, 8: 165—184.
- FURBY L., 1987: *Possession in Humans: An Explanatory Study of its Meaning and Motivation*. „Social Behavior and Personality”, 6: 49—65.
- FURBY L., 1991: *Understanding the Psychology of Possession and Ownership: A Personal Memoir and an Appraisal of Our Progress*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 457—463.
- FURNHAM A., 1984: *Many Sides of The Coin: The Psychology of Money Usage*. „Personality and Individual Differences”, 5: 95—103.
- FURNHAM A., ARGYLE M., 1998: *The Psychology of Money*. London: Routledge.
- FURUBOTN E. G., PEJOVICH S., eds.: 1974: *The Economics of Property Rights*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GALBRAITH J. K., 1958: *Affluent Society*. London: Hamish Hamilton.
- GELFAND M. J., TRIANDIS H. C., CHAN D. K.-S., 1996: *Individualism Versus Collectivism or Versus Authoritarianism?* „European Journal of Social Psychology”, 26: 397—410.
- GERGEN K. J., 1985: *The Social Constructionist Movement in Modern Psychology*. „American Psychologist”, 40: 266—275.
- GOFFMAN E., 1975: *Charakterystyka instytucji totalnych*. W: DERCZYŃSKI W., JASIŃSKA-KANIA A., SZACKI J., red.: *Elementy teorii socjologicznych. Materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej*. Warszawa: PWN.
- GOFFMAN E., 1981: *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- GOLDBERG H., LEWIS R., 1978: *Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hating Money*. London: Springwood.
- GÓRNIK J., 2000: *My i nasze pieniądze*. Kraków: AUREUS.
- GÓRNIK-DUROSE M., 1993: *A Psychological Picture of the Polish Consumer in the Changing Economic Situation*. „Polish Psychological Bulletin”, 24: 25—30.
- GÓRNIK-DUROSE M., 1997: *Do czego są nam potrzebne dobra materialne?* „Aida-Media. Teoria i Praktyka Reklamy”, 38: 16—18.
- GÓRNIK-DUROSE M., 1999: *Dominant Social Representation or Bitter Personal Experience: Perception of the Poor and the Rich by Polish Teenagers*. „Polish Psychological Bulletin”, 30: 167—182.

- GÓRNIK-DUROSE M., 2001a: *Consumption Preferences amongst Polish Teenagers*. In: ARNOLD S., CHADRABA P., SPRINGER R., eds.: *Marketing Strategies for Central and Eastern Europe*. Aldershot: Ashgate.
- GÓRNIK-DUROSE M., 2001b: *Mass-Mediated Influences on Patterns of Consumption in Polish Youth*. In: WOSIŃSKA W., CIALDINI R. B., BARRETT D. W., REYKOWSKI J., eds.: *The Practice of Social Influence in Multiple Cultures*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- GRESHAM A., FONTENOT G., 1989: *The Different Attitudes of the Sexes Toward Money: An Application of the Money Attitude Scale*. „Advances in Marketing”, 8: 380–384.
- GROENLAND E. A. G., 1989: *Socio-Economic Well-Being and Behavioral Reactions*. Tilburg: Tilburg University.
- GRZEGOŁOWSKA-KLARKOWSKA H., 1988: *Właściwości tożsamości a stopień i rodzaj obronności w warunkach zagrożenia „ja”*. W: JARYMOWICZ M., red.: *Studia nad spostrzeganiem relacji Ja — Inni: tożsamość, indywidualizacja, przynależność*. Wrocław: Ossolineum.
- HANLEY A., WILHELM M., 1992: *Compulsive Buying: An Exploration Into Self-Esteem and Money Attitudes*. „Journal of Economic Psychology”, 13: 5–18.
- HEILBRUNN B., 2001: *Mój gatunek bohaterem? Analiza semiotyczna zależności między konsumentem a gatunkiem*. W: LAMBKIN M., FOXALL G., VAN RAAN F., HEILBRUNN B., red.: *Zachowania konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*. Warszawa: PWN.
- HELLER J., [1955] 1995: *Paragraf 22*. Warszawa: Prima.
- HESLIN R., JOHNSON B. T., BLAKE B. F., 1989: *Saver-Spenders Scales*. In: SCHUMANN D. W., ed.: *Proceedings of the Society for Consumer Psychology 1988 Annual Convention*. Washington, DC: Society for Consumer Psychology.
- HIGGINS E. T., 1987: *Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect*. „Psychological Review”, 94: 319–340.
- HILL R. P., STAMEY M., 1990: *The Homeless in America: An Examination of Possessions and Consumption Behaviors*. „Journal of Consumer Research”, 17: 303–321.
- HIRSCHMAN E. C., 1990: *Secular Immortality and the American Ideology of Affluence*. „Journal of Consumer Research”, 17: 31–42.
- HOBHOUSE L., WHEELER G., GINSBERG M., 1915: *The Material Culture and Social Institutions of the Simpler People: An Essay in Correlation*. London: Chapman and Hall. [Za: DITTMAR H., 1992: *The Social Psychology of Material Possessions: To Have is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf].
- HOFSTEDE G., 1980: *Culture's Consequences*. Beverly Hills: Sage.
- HOFSTEDE G., 2000: *Kultura i organizacje*. Warszawa: PWE.
- HOGG M. K., MICHELL P. C. N., 1996: *Identity, Self and Consumption: A Conceptual Framework*. „Journal of Marketing Management”, 12: 629–644.
- HOMANS G. C., 1974: *Social Behavior: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace Jovanovich.
- HONG K. M., 1976: *The Transitional Phenomena: A Theoretical Integration*. „Psychoanalytic Study of the Child”, 15: 47–79.
- HUI C. H., TRIANDIS H. C., 1986: *Individualism — Collectivism: A Study of Cross-Cultural Researches*. „Journal of Cross-Cultural Psychology”, 17: 225–248.
- INGLEHART R., 1977: *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Republics*. Princeton: Princeton University Press.
- INGLEHART R., 1981: *Post-materialism in a Environment of Insecurity*. „American Political Science Review”, 75: 880–900.
- INGLEHART R., 1990: *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- ISSACS S., 1967: *Property and Possessiveness*. In: TALBOT T., ed.: *The World of the Child*. New York: Doubleday.

- JABŁOŃSKA A., 1999: *Rynek, popyt, podaż*. W: MILEWSKI R., red.: *Podstawy ekonomii*. Warszawa: PWN.
- JACKSON D. N., AHMED S. A., HEAPY N. A., 1976: *Is Achievement a Unitary Construct?* „Journal of Research in Personality”, 10: 1–21.
- JAMES W., [1892] 2002: *Psychologia*. Warszawa: PWN.
- JAMPOLSKI L., 1992: *Leczenie uzależnionego umysłu*. Warszawa: J. Santorski & Co. Agencja Wydawnicza.
- JAN PAWEŁ II, 1996: *Encykliki*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- JARYMOWICZ M., 1984: *Spostrzeganie własnej indywidualności. Percepcja i atrakcyjność odrębności własnej osoby: od innych ludzi*. Wrocław: Ossolineum.
- JARYMOWICZ M., 1990: *Próba operacjonalizacji pojęć „tożsamość społeczna — tożsamość osobista”: odrębność schematowa Ja — My — Inni jako atrybut tożsamości*. „Studia Psychologiczne”, XXVII/2.
- JARYMOWICZ M., 1998: *Self — We — Others Schemata and Social Identifications*. In: WORCHEL S., MORALES J. F., PAEZ D., DECHAMPS J.-C., eds.: *Social Identity. International Perspectives*. London: SAGE Publications.
- JARYMOWICZ M., 1999: *O godzeniu wody z ogniem: związki kolektywizmu z indywidualizmem*. W: WOJCISZKE B., JARYMOWICZ M., red.: *Psychologia rozumienia zjawisk społecznych*. Warszawa: PWN.
- JARYMOWICZ M., 2000: *Psychologia tożsamości*. W: STRELAU J., red.: *Psychologia. Podręcznik akademicki*. T. 3. Gdańsk: GWP.
- JARYMOWICZ M., CODOL J.-P., 1979: *Spostrzeganie podobieństwa „ja — inni ludzie” a formowanie obrazu nieznanego osoby*. „Przegląd Psychologiczny”, 1: 73–88.
- JAWŁOWSKA A., 2001: *Tożsamość na sprzedaż*. W: JAWŁOWSKA A., red.: *Wokół problemów tożsamości*. Warszawa: Wydawnictwo LTW.
- JOY A., DHOLAKIA R. R., 1991: *Remembrances of Things Past: The Meaning of Home and Possessions of Indian Professionals in Canada*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6 (6): 385–402.
- JUSTICE B., BIRKMAN R., 1972: *An Effort to Distinguish the Violent from the Nonviolent*. „Southern Medical Journal”, 65: 703–706.
- KAMPTNER N. L., 1989: *Personal Possessions and Their Meaning in Old Age*. In: SPACAPAN S., OSCAMP S., eds.: *The Social Psychology of Aging. Claremont Symposium on Applied Social Psychology*. Newbury Park: Sage Publications, Inc.
- KAMPTNER N. L., 1991: *Personal Possessions and Their Meanings: A Life-Span Perspectives*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6 (6): 209–228.
- KASSER T., RYAN R. M., 1993: *A Dark Side of the American Dream: Correlates of Financial Success as a Central Life Aspiration*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 65: 410–422.
- KĘDZIOR Z., 1997: *Podjęmowanie decyzji w gospodarstwie domowym*. „Aida-Media. Teoria i Praktyka Reklamy”, 34: 16–17.
- KILBOURNE W. E., 1991: *The Impact of the Symbolic Dimensions of Possession on Individual Potential: A Phenomenological Perspective*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6 (6): 445–456.
- KIM U., TRIANDIS H. C., KAGITCIBASI C., CHOI S. C., YOON G., eds., 1994: *Individualism and Collectivism: Theory, Method, and Applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- KIRCHLER E., 1988: *Household Economic Decision Making*. In: VAN RAAN W. F., VAN VELDHOVEN G. M., WARNERYD K. E., eds.: *Handbook of Economic Psychology*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

- KITCHER P., 1987: *Precis of 'Vaulting Ambition: Sociobiology and the Quest for Human Nature'*. „Behavioral and Brain Sciences”, 10: 61–100.
- KRAMER J., 1997: *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*. Warszawa: PWE.
- KRUCZEK M., 2001: *Kolekcjonowanie przedmiotów a poczucie tożsamości*. [Nie publikowana praca magisterska. Katowice, Uniwersytet Śląski, Wydział Psychologii i Pedagogiki].
- KULIK R., 1993: *Pomyślność finansowa a poczucie szczęścia*. W: RATAJCZAK Z., red.: *Człowiek w procesie przemian gospodarczych*. Katowice: Uniwersytet Śląski.
- LAJARQUE P., [1980] 1975: *The Evolution of Property from Savagery to Civilization*. London: New Park Publications. [Za: DITTMAR H., 1992: *The Social Psychology of Material Possessions: To Have is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf].
- LEA S. E. G., TARPY R. M., WEBLEY P., 1987: *The Individual in the Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LEARY M., 1999: *Wydawanie wrażeń na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk: GWP.
- LEARY M. R., TAMBOR E. S., TERDAL S. K., DOWNS D. L., 1999: *Self-Esteem as an Interpersonal Monitor: The Sociometer Hypothesis*. In: BAUMEISTER R. F., ed.: *The Self in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press.
- LEISS W., KLINE S., JHALLY S., 1990: *Social Communication in Advertising. Persons, Products and Images of Well-Being*. London: Routledge.
- LERNER M. J., 1980: *The Belief in a Just World: A Fundamental Delusion*. New York: Plenum Press.
- LEVINE L. E., 1983: *Mine: Self-Definition in 2-Year-Old Boys*. „Developmental Psychology”, 19: 544–549.
- LEWIS A., WEBLEY P., FURNHAM A., 1995: *The New Economic Mind. The Social Psychology of Economic Behaviour*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- LINDER S. B., 1970: *The Harried Leisure Class*. New York: Columbia University Press.
- LIVINGSTONE S. M., LUNT P. K., 1991: *Generational and Life Cycle Differences in Experience of Ownership*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property*. „Journal of Social Behaviour and Personality”, 6 (6): 229–242.
- LUNA-AROCAS R., 2001: *Consumption and Self-Discrepancy: An Empirical Approach*. [Maszynopis nie publikowany].
- LUNA-AROCAS R., TANG T. L. P., 2001: *What is Your Money Profile? Examination of Money Ethic Endorsement Using Cluster Analysis*. In: SCOTT A. J., ed.: *Environment and Wellbeing. Conference Proceedings*. Bath: IAREP.
- LUNT P. K., 1995: *Psychological Approaches to Consumption. Varieties of Research — Past, Present and Future*. In: MILLER D., ed.: *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*. London: Routledge.
- LUNT P. K., LIVINGSTONE S. M., 1992: *Mass Consumption and Personal Identity. Everyday Economic Experience*. Buckingham: Open University Press.
- LYOTARD J. F., [1979] 1997: *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*. Warszawa: Fundacja „Aletheia”.
- MAFFESOLI M., 1988: *Affectual Postmodernism and the Megapolis*. „Threshold”, 4: 1.
- MALINOWSKI B., [1922] 1981: *Argonauci Zachodniego Pacyfiku*. Warszawa: PWN.
- MARCEL G., 1986: *Być i mieć*. Warszawa: PAX.
- MARCUSE H., 1964: *One-Dimensional Man*. Boston: Beacon Press.
- MARKS K., 1981: *Dzieła wybrane*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- MARKUS H., 1977: *Self-Schemas and Processing Information About the Self*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 35: 63–78.
- MARKUS H., KITAYAMA S., [1991] 1999: *Culture and the Self: Implication for Cognition, Emotion and Motivation*. In: BAUMEISTER R. F., ed.: *The Self in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press.

- MARKUS H., KUNDA Z., 1986: *Stability and Malleability of the Self-Concept*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 51: 858—866.
- MAY R., 1997: *Blaganie o mit*. Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.
- MCCLELLAND D., 1951: *Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- MCCRACKEN G., 1986: *Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods*. „Journal of Consumer Research”, 13: 71—84.
- MCCRACKEN G., 1990: *Culture and Consumption*. Indianapolis: Indiana University Press.
- MCDUGALL W., 1923: *An Introduction to Social Psychology*. 18th Edition. London: Methuen.
- [Za: DITTMAR H., 1992: *The Social Psychology of Material Possessions: To Have Is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf].
- MEAD G. H., 1975: *Umysl, osobowość i społeczeństwo*. Warszawa: PWN.
- MEHTA R., BELK R. W., 1991: *Artifacts, Identity, and Transition: Favorite Possessions of Indians and Indian Immigrants to the United States*. „Journal of Consumer Research”, 17: 398—411.
- MICHALOS A. C., 1985: *Multiple Discrepancies Theory*. „Social Indicators Research”, 16: 347—414.
- MILEWSKI R., red., 1999: *Podstawy ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- MILLER D., 1987: *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.
- MILLER D., 1995: *Consumption Studies as the Transformation of Anthropology*. In: MILLER D., ed.: *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*. London: Routledge.
- MITSCHERICH M., 1984: *Die Bedeutung des Ubergangsobjektes für die Entfaltung des Kindes*. In: EGGERS C., ed.: *Bindungen und Besitzdenken beim Kleinkind*. Munich: Urban and Schwarzenberg. [Za: DITTMAR H., 1992: *The Social Psychology of Material Possessions: To Have Is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf St. Martin's Press].
- MOLES A., 1972: *Theorie des Objets*. Paris: Editions Universitaires.
- MOSCHIS G. P., CHURCHILL G. A., Jr., 1978: *Consumer Socialisation: A Theoretical and Empirical Analysis*. „Journal of Consumer Research”, 15: 599—609.
- MUKAŘOVSKÝ J., 1978: *Structure, Sign, and Function*. New Haven: Yale University Press.
- MUKERJI C., 1983: *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. New York: Columbia University Press.
- NEWCOMB T. M., 1964: *Kultura i osobowość*. W: REYKOWSKI J., red.: *Problemy osobowości i motywacji w psychologii amerykańskiej*. Warszawa: PWN.
- NEWSON J., NEWSON E., 1968: *Four Years Old in an Urban Community*. London: Allen and Unwin.
- NEWSON J., NEWSON E., 1976: *Seven Years Old in the Home Environment*. London: Allen and Unwin.
- NIEDERLAND W. G., 1967: *Clinical Aspects of Creativity*. „American Image”, 24: 6—34.
- NIEDERLAND W. G., SHOLEVAR B., 1981: *The Creative Process — A Psychoanalytic Discussion*. „The Arts in Psychotherapy”, 8: 71—101.
- NÖTH W., 1988: *The Language of Commodities: Groundwork for a Semiotics of Consumer Goods*. „International Journal of Research in Marketing”, 4: 173—186. [Polskie tłumaczenie w: LAMBKIN M., FOXALL G., VAN RAAN F., HEILBRUNN B., 2001: *Zachowania konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*. Warszawa: PWN].
- NÖTH W., 1990: *Handbook of Semiotics*. Bloomington: Bloomington University Press.
- O'GUINN T. C., FABER R. J., 1989: *Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration*. „Journal of Consumer Research”, 16: 147—157.
- OBUCHOWSKI K., 1990: *Kolektywizm — Indywidualizm — Ideologizm*. W: REYKOWSKI J., SKARŻYSKA K., ZIÓŁKOWSKI M., red.: *Orientacje społeczne jako element mentalności*. Poznań: Wydawnictwo Nakom.
- POLANYI K., 1977: *The Livelihood of Man*. New York: Academic Press.
- PRELINGER E., 1959: *Extension on Structure of the Self*. „Journal of Psychology”, 47: 13—23.

- PRENTICE D. A., 1987: *Psychological Correspondence of Possessions, Attitudes, and Values*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 53, 6: 993—1003.
- PRICE V. A., 1982: *Type A Behavior Pattern. A Model for Research and Practice*. New York: Academic Press.
- RACHLIN H., 1980: *Economics and Behavioural Psychology*. In: STADDEN J., ed.: *Limits to Action*. New York: Academic Press.
- RASSULI K. M., HOLLANDER S. C., 1986: *Desire — Induced, Innate, Insatiable?* „Journal of Macromarketing”, 6: 4—24.
- RATAJCZAK Z., 1993: *W pogoni za jakością życia. O psychologicznych kosztach radzenia sobie w sytuacji kryzysu ekonomicznego*. W: RATAJCZAK Z., red.: „Kolokwia Psychologiczne”, 2: *Zmiany społeczne. Zagrożenia i wyzwania dla jednostki*. Warszawa: Instytut Psychologii PAN.
- REYKOWSKI J., 1977: *Osobowość jako centralny system regulacji i integracji czynności człowieka*. W: TOMASZEWSKI T., red.: *Psychologia*. Warszawa: PWN.
- REYKOWSKI J., 1990: *Ukryte założenia normatywne jako osiowy składnik mentalności*. W: REYKOWSKI J., SKARŻYSKA K., ZIÓŁKOWSKI M., red.: *Orientacje społeczne jako element mentalności*. Poznań: Wydawnictwo Nakom.
- REYKOWSKI J., 1994: *Collectivism and Individualism as Dimensions of Social Change*. In: KIM U., TRIANDIS H., KAGITCIBASI C., CHOI S., YOON G., eds.: *Individualism and Collectivism: Theory, Method, and Applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- REYKOWSKI J., 1998: *Belief Systems and Collective Actions: Changes in Poland from the Psychological Perspective*. „Applied Psychology: An International Review”, 47: 89—108.
- RICHINS M. L., 1987: *Media, Materialism and Human Happiness*. In: WALLENDORF M., ANDERSON P., eds.: *Advances in Consumer Research*, 14. Provo, UT: Association for Consumer Research.
- RICHINS M., 1994: *Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions*. „Journal of Consumer Research”, 21: 504—521.
- RICHINS M. L., DAWSON S., 1990: *Measuring Material Values: A Preliminary Report of Scale Development*. In: GOLDBERG M. E., GORN G., POLLAY R. W., eds.: *Advances in Consumer Research*, 17. Provo, UT: Association of for Consumer Research.
- RICHINS M. L., DAWSON S., 1992: *A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation*. „Journal of Consumer Research”, 19: 303—316.
- ROKEACH M., 1973: *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- ROSENBERG M., PEARLIN L. L., 1978: *Social Class and Self-Esteem Among Children and Adults*. „American Psychologist”, 84: 53—77.
- ROSS S. A., 1991: *Freedom from Possession: A Tibetan Buddhist View*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 415—426.
- RUDMIN F. W., 1990: *Cross-Cultural Correlates of the Ownership of Private Property*. [Unpublished manuscript, Queen's University, Kingston]. [Za: DITTMAR H., 1992: *The Social Psychology of Material Possessions: To Have Is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf St. Martin's Press].
- SAHLINS M. D., 1992: *Socjologia wymiany w społeczeństwach pierwotnych*. W: KEMPNY M., SZMATKA J., red.: *Współczesne teorie wymiany społecznej. Zbiór tekstów*. Warszawa: PWN.
- SAFFIOTI H., 1978: *Women in Class Society*. New York: Monthly Review Press.
- SARTRE J.-P., 1943: *Being and Nothingness: A Phenomenological Essey on Ontology*. New York: Philosophical Library.
- SCHULTZ-KLEINE S., KLEINE III R. E., ALLEN C. T., 1995: *How Is a Possession „Me” or „Not Me”? Characterizing Types and an Antecedents of Material Possession Attachment*. „Journal of Consumer Research”, 22: 327—343.

- SCHWARTZ S. H., 1992: *Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries*. In: ZANNA M. P., ed: *Advances in Experimental Social Psychology*, 25. Orlando: Academic Press.
- SCHWARTZ T., 1974: *The Responsive Chord*. New York: Anchor.
- SEMIN G. R., GERGEN K. J., 1990: *Everyday Understanding: Social Scientific Implications*. London: Sage.
- SIKORSKA J., 1998: *Konsumpcja. Warunki, zróżnicowania, strategie*. Warszawa: IFiS PAN.
- SEMMEL G., 1957: *Fashion*. „American Journal of Sociology”, 62: 541–558.
- SINGELIS T. M., TRIANDIS H. C., BHAWUK D. P. S., GELFAND M. J., 1995: *Horizontal and Vertical Dimensions of Individualism and Collectivism: A Theoretical and Measurement Refinement*. „Cross-Cultural Research”, 29: 240–275.
- SKARŻYŃSKA K., 1985: *Psychospołeczne aspekty decyzji alokacyjnych*. Wrocław: Ossolineum.
- SMITH S., RAZZELL P., 1975: *The Pools Winners*. London: Caliban Books.
- STEELE C., 1988: *The Psychology of Self-Affirmation: Sustaining the Integrity of the Self*. „Advances in Experimental Social Psychology”, 21: 261–302.
- STEELE C. M., LIU T. J., 1983: *Dissonance Processes as Self-Affirmation*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 45: 5–19.
- STEELE C. M., SPENCER S. J., LYNCH M., 1993: *Self-Image Resilience and Dissonance: The Role of Affirmational Resources*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 64: 885–895.
- STRYKER S., 1980: *Symbolic Interactionism: A Social Structural Version*. Menlo Park, CA: Benjamin.
- STRYKER S., 1987: *Identity Theory: Developments and Extensions*. In: YARDLEY K., HONESS T., eds.: *Self and Identity: Psychological Perspectives*. Chichester: Wiley.
- SULS J., FLETCHER B., 1983: *Social Comparison in the Social and Physical Sciences: An Archival Study*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 44: 575–580.
- SZCZEPAŃSKI J., 1981: *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*. Warszawa: PWE.
- SZCZEPAŃSKI J., red., 1977: *Badania nad wzorami konsumpcji*. Wrocław: Ossolineum.
- TAJFEL H., 1978: *Social Categorisation, Social Identity, and Social Comparison*. In: TAJFEL H., ed.: *Differentiation Between Social Groups: Studies in Social Psychology of Intergroup Behavior*. London: Academic Press.
- TALKO L. K., 1998: *Wszystkiego najdroższego*. „Gazeta Wyborcza”, „Magazyn”, 45 (290): 56–63.
- TANG T. L. P., 1992: *The Meaning of Money Revisited*. „Journal of Organisational Behavior”, 13: 197–202.
- TANG T. L. P., 1995: *The Development of a Short Money Ethic Scale: Attitudes Toward Money and Pay Satisfaction Revisited*. „Personality and Individual Differences”, 19: 809–819.
- TANG T. L. P., LUNA-AROCAS R., 1999: *Money as a Motivator and the Endorsement of the Money Ethic Scale Among University Faculty in the USA and Spain: The Development of a New Money Ethic Scale*. [Referat wygłoszony na XXIV Annual Colloquium of IAREP, Belgirate, Piemonte, Włochy].
- TESSER A., CORNELL D. P., 1991: *On the Confluence of Self Processes*. „Journal of Experimental Social Psychology”, 27: 501–526.
- TODOROV T., 1991: *Wstęp do symboliki*. W: GŁOWIŃSKI M., red.: *Symbol i symbolika*. Warszawa: Czytelnik.
- TOFFLER A., 1998: *Szok przyszłości*. Poznań: Zys i S-ka Wydawnictwo.
- TOMASZEWSKI T., 1978: *Człowiek i otoczenie*. W: TOMASZEWSKI T., red.: *Psychologia*. Warszawa: PWN.
- TRASLER G., 1982: *The Psychology of Ownership and Possessiveness*. In: HOLLOWELL P. G., ed.: *Property and Social Relations*. London: Heinemann.
- TRIANDIS H. C., 1995: *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview.



- TRIANDIS H. C., BONTEMPO R., VILLAREAL M. J., ASAI M., LUCCA N., 1988: *Individualism and Collectivism: Cross-Cultural Perspectives on Self-Ingroup Relationships*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 54: 323–338.
- TRIANDIS H. C., BONTEMPO R., BETANCOURT H., BOND M., LEUNG K., BRENES K., GEORGAS J., HUI C. H., MARIN G., SETIADI B., SINHA J. B. P., VERMA J., SPANGENBERG J., TOUZARD H., de MONTMOLLIN G., 1986: *The Measurement of Ethnic Aspects of Individualism and Collectivism Across Cultures*. „Australian Journal of Psychology”, 38: 257–267.
- TRIANDIS H. C., CHAN D. K., BHAWUK D., IAWO S., SINHA J. B. P., 1995: *Multimethod Probe of Allocentrism and Idiocentrism*. „International Journal of Psychology”, 30: 461–480.
- TRIANDIS H. C., LEUNG K., VILLAREAL M. J., CLACK F. L., 1985: *Allocentric Versus Idiocentric Tendencies: Convergent and Discriminant Validation*. „Journal of Research in Personality”, 19: 395–415.
- TRIANDIS H. M., MCCUSKER C., BETANCOURT H., IAWO S., LEUNG K., SALAZAR J. M., SETIADI B., SINHA J. B. P., TOUZARD H., WANG D., ZALESKI S., 1993: *An Ethnic-Emic Analysis of Individualism and Collectivism*. „Journal of Cross-Cultural Psychology”, 24: 366–384.
- TRZEBIŃSKI J., red., 2001: *Narracja jako sposób rozumienia świata*. Gdańsk: GWP.
- TUAN Y.-F., 1980: *The Significance of the Artifact*. „Geographical Review”, 70: 462–472.
- TURNER J. C., HOGG M. A., P. J., OAKES S. D., REICHER WETHERELL M. S., 1987: *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorisation Theory*. Oxford: Blackwell.
- TYSZKA T., 1997: *Psychologia zachowań ekonomicznych*. Warszawa: PWN.
- TYSZKA T., FALKOWSKI A., 2001: *Psychologia zachowań konsumenckich*. Gdańsk: GWP.
- UNRUH D. R., 1983: *Death and Personal History: Strategies of Identity Preservation*. „Social Problems”, 30: 340–351.
- VAN DEN BOGAARD J., WIEGMAN O., 1991: *Property Crime Victimization: The Effectiveness of Police Services for Victims of Residential Burglary*. In: RUDMIN F. W., ed.: *To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. (Special Issue)*. „Journal of Social Behavior and Personality”, 6: 329–362.
- VAN RAAN W. F., 1993: *Postmodern Consumption*. „Journal of Economic Psychology”, 14: 541–563.
- VEBLEN Th., [1899] 1971: *Teoria klasy próżniaczej*. Warszawa: PWN.
- VEENHOFEN R., 1994: *Is Happiness a Trait? Tests of the Theory That a Better Society Does Not Make People Any Happier*. „Social Indicators Research”, 32: 101–160.
- WACKMAN D. B., REALE G., WARD S., 1972: *Racial Differences in Responses to Advertising among Adolescents*. In: RUBENSTEIN E. A., COMSTOCK G. A., MURRAY J. P., eds.: *Rockville Television in Day-to-Day Life*. MD: Department of Health, Education and Welfare.
- WALLENDORF M., ARNOULD E. J., 1988: *My Favourite Things: A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness and Social Linkage*. „Journal of Consumer Research”, 14: 531–541.
- WALSTER E., WALSTER G. W., 1975: *Equity and Social Justice*. „Journal of Social Issues”, 31: 21–43.
- WALSTER E., WALSTER G. W., BERSCHIED E., 1978: *Equity: Theory and Research*. Boston: Allyn Bacon.
- WARD S., WACKMAN D., 1971: *Family and Media Influences on Adolescent Learning*. „American Behavioral Scientist”, 14: 415–427.
- WATERMAN A. S., 1981: *Individualism and Interdependence*. „American Psychologist”, 36: 762–773.
- WEBER M., [1905] 1994: *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*. Lublin: Wydawnictwo TEST.
- WICKLUND R. A., GOLLWITZER P. M., 1982: *Symbolic Self-Completion*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- WIĘCŁAW M., 1998: *Posiadanie przedmiotów materialnych jako narzędzie ochrony poczucia tożsamości w warunkach izolacji więziennej*. [Nie publikowana praca magisterska. Katowice, Uniwersytet Śląski, Wydział Psychologii i Pedagogiki].

- WILLIAMSON J., 1978: *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.
- WILSON E. O., 1988: *O naturze ludzkiej*. Warszawa: PIW.
- WILSON E. O., 1991: *Moralność genu. Od socjobiologii do socjologii. Socjobiologia zwierząt i człowieka*. W: SZACKA B., SZACKI J., red.: *Człowiek, zwierzę społeczne*. Warszawa: Czytelnik.
- WINNICOTT D. W., 1993: *Dziecko, jego rodzina i świat*. Warszawa: Jacek Santorski & CO. Agencja Wydawnicza.
- WOSIŃSKA W., 1989: *Niesprawiedliwość w stosunkach interpersonalnych*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- YAMAUCHI K., TEMPLER D., 1982: *The Development of a Money Attitude Scale*. „Journal of Personality Assessment”, 46: 522—628.

## Psychological Aspects of Possession — between Instrumentality and Social Utility of Material Goods

### Summary

The study presents psychological aspects of the relationship between individuals and their material possessions. It demonstrates a spectrum of theories and results of empirical research from the field of psychology of material possession, which shows a complexity and multidimensional character of this relationship. The relationship is explained mainly by a multitude of meanings ascribed to the fact of possessing certain goods and by a variety of functions determining their usefulness in the lives of individuals and social groups.

The utility of material possessions is analysed in its instrumental aspect, when technologically advanced goods enable and make more effective the fulfilment of everyday tasks associated with major activities of modern people. However, the technologically advanced instrumentality of material objects does not constitute the only basis for the acquisition of these objects. On the contrary — the main reasons why people collect and value certain goods are to be found in the intra-individual and interpersonal mechanisms of understanding the social world and regulating their behaviour, and are connected with perceiving these goods as significant symbols engaged in the process of social communication.

The study shows therefore how material possessions are related to personal identity, characterised on the one hand by such categories as the stage in the life cycle, gender and socio-economic status, and on the other, by individualised categories used in the process of self-perception. Empirical research, conducted by the author and related to these problems, provides knowledge about preferences towards material goods among men and women from different stages in the life cycle in Polish social and economic conditions. The results of another empirical investigation point out how the type of personal identity, characterised by a tendency to differentiate or to integrate with a social context, influences these preferences.

The phenomenon of materialism is also examined. It is understood as an attachment to material possessions and the perception of goods as especially important in the life of individuals. Consequences of the materialistic orientation for psychological well-being are shown, as well as a theoretical model of materialism created by the author, and a psychometric tool measuring one of the aspects of materialism.

The next problem presented in the study is related to the importance of possessed goods for the protection and enhancement of the self and self-esteem. Results of the research conducted by the author, based on the self-affirmation theory, suggest that material possessions in the face of self-threat do not have any power to protect self-esteem; on the contrary, they could lower it, especially in the case of people showing a high level of materialism.

In all analyses of the attachment to material possessions and their utility a cultural aspect of the problem is strongly stressed. The social reality of modern post-industrial societies is taken into consideration as a background for understanding the meaningful relations people have with their

material belongings. The cultural theme leads to the search for psychological connections between materialistic orientation and the functions ascribed to possessed goods and two basic dimensions of cultural diversity in contemporary societies — individualism and collectivism. The results of the research, conducted by the author, prove that the importance of material possessions is greater, so material goods are more significant, in both the lives of individualistically oriented persons and in individualistic cultures.

In the final chapter the author presents suggestions related to problems which were not investigated in the presented dissertation, but need to be taken into consideration in future research in the field of psychology of material possession.

## **Psychologische Aspekte des Besitzes — zwischen Instrumentalisierung und sozialer Nützlichkeit von materiellen Gütern**

### **Zusammenfassung**

Die vorliegende Arbeit zeigt psychologische Aspekte der gegenseitigen Relationen zwischen dem Menschen und seinen materiellen Gütern. Anhand zahlreicher Theorien und empirischen Untersuchungen auf dem Gebiet der sog. Psychologie des Besitzes wird hier bestätigt, dass diese Relationen verwickelt und mehrdimensional sind. Sie werden vor allem durch viele Bedeutungen bestimmt, die von verschiedenen Menschen selbst dem Besitz von manchen materiellen Gütern beigemessen werden und durch unterschiedliche Funktionalität, die über die Brauchbarkeit der Güter für den einzelnen Menschen und für bestimmte Gesellschaftsgruppen entscheidet.

Die Nützlichkeit von materiellen Gütern wird hier instrumentell behandelt, da diese Güter dank ihrer fortgeschrittenen Technologie dem zeitgenössischen Menschen die Erfüllung seiner täglichen Aufgaben ermöglichen und erleichtern. Die technologisch fortgeschrittene Instrumentalisierung von materiellen Gütern zeugt jedoch nicht von deren Nützlichkeit. Ganz im Gegenteil — die Ursachen für Anhäufung und Einschätzung bestimmter Güter von den Menschen hängen von ihren individuellen und interpersonalen Weltauffassung und von bestimmter Verhaltensweise ab, und zeugen davon, dass diese Güter als wesentliche Symbole der gesellschaftlichen Kommunikation angesehen werden.

Die Arbeit beschreibt die Abhängigkeit des Besitzes der materiellen Güter vom Charakter der menschlichen Identität, die einerseits durch solche Kategorien wie: Lebensposition, Geschlecht, gesellschaftlich-materielle Lage und andererseits durch die individuelle Wahrnehmung sich selbst bestimmt werden. Die von der Autorin durchgeführten Forschungen machen uns mit den Vorzügen von den in polnischen gesellschaftlich-ökonomischen Verhältnissen lebenden Frauen und Männern in verschiedenem Alter bekannt. Die Ergebnisse zeigen, wie diese Vorzüge von der einzelnen Identität, die nach einer Differenzierung oder nach der Integration mit der Umwelt strebt, beeinflusst werden.

In der Arbeit analysierte man auch das Besitzstreben, verstanden als eine auf Besitz und Gewinn bedachte Einstellung dem Leben gegenüber, und man zeigte die Folgen der materialistischen Einstellung für psychologisches Wohlergehen des Menschen. Es wurde hier auch das, von der Autorin entwickelte Modell des Besitzstrebens und das, der Untersuchung von einem seiner Aspekte dienendes Werkzeug dargestellt.

Das nächste in der Arbeit berührte Problem betrifft die Bedeutung von materiellen Gütern für den Schutz und Verstärkung des Ichs und des Selbstwertgefühls. Aus den Ergebnissen der von der Autorin in Anlehnung auf die Selbstaffirmationstheorie durchgeführten Forschungen geht hervor, dass die Güter an Bedeutung verlieren, wenn das Ich bedroht sein sollte. Sie können sogar die Selbsteinschätzung herabsetzen, vor allem dann wenn es um Personen geht, für denen ihre Güter besonders wichtig sind, also Materialisten.

In den Erwägungen über die Verbundenheit mit Gütern und deren Brauchbarkeit wird der kulturelle Aspekt der berührten Probleme hervorgehoben. Man analysiert soziale Wirklichkeit der gegenwärtigen Gesellschaften des postindustriellen Kapitalismus als ein kultureller Hintergrund für die Bindung an materielle Güter. Der kulturelle Faden führt die Erwägungen zur Suche nach psychologischen Verbindungen zwischen der materialistischen Einstellung und der Funktion von materiellen Gütern, und den Grundlagen der kulturellen Differenzierung von den heutigen Gesellschaften, d.i. Individualismus und Kollektivismus. Die durchgeführten Forschungen beweisen, dass die den materiellen Gütern gegebene Bedeutung größer ist, also die materiellen Güter sowohl für die individualistisch orientierte Individuen als auch für individualistische Kulturen wichtiger sind.

Zum Schluss befasst sich die Autorin mit den Problemen, die in vorliegender Arbeit nicht enthalten wurden und — ihrer Meinung nach — im Rahmen der Psychologie des Besitzes angesprochen werden sollten.

**Redaktor: Olga Nowak**

**Redaktor techniczny: Barbara Arenhövel**

**Korektor: Agnieszka Szymala**

**Copyright © 2002 by  
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego  
Wszelkie prawa zastrzeżone**

**ISSN 0208-6336  
ISBN 83-226-1222-0**

**Wydawca  
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego  
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice  
[www.wydawnictwo.us.edu.pl](http://www.wydawnictwo.us.edu.pl)  
e-mail: [wydawus@us.edu.pl](mailto:wydawus@us.edu.pl)**

---

**Wydanie I. Nakład 300 + 50 egz. Ark. druk. 16,75. Ark. wyd. 20,0.  
Papier offset. kl. III, 80 g  
Cena 30 zł**

---

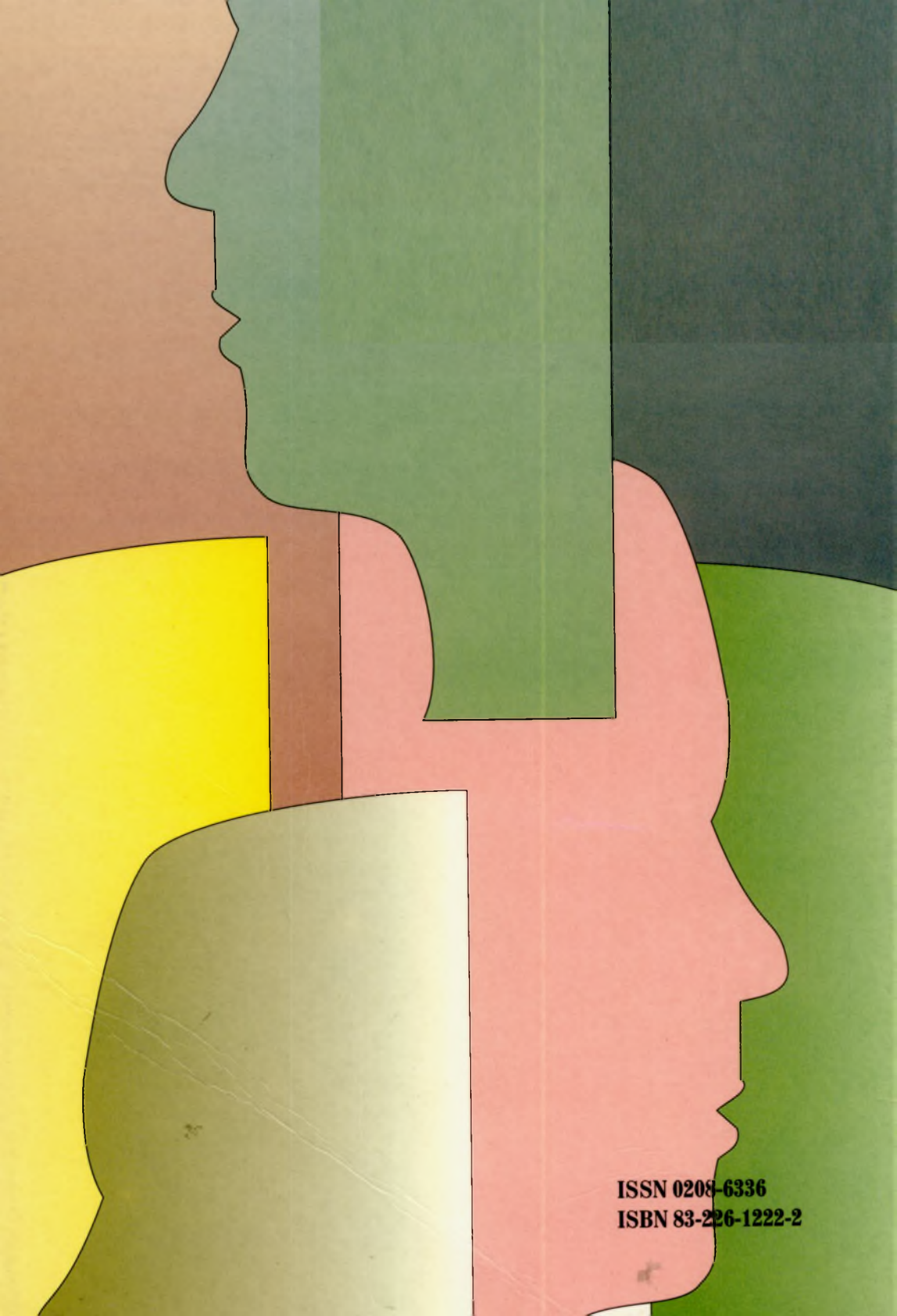
**Łamanie: Pracownia Składu Komputerowego  
Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego  
Druk i oprawa: Firma „GOLDPRESS” s.c.  
ul. Płonów 24, 41-200 Sosnowiec**

**Małgorzata Górnik-Durose**  
**Psychologiczne aspekty posiadania**  
**– między instrumentalnością a społeczną użytecznością**  
**dóbr materialnych**

Errata

Strona	Wiersz		Jest	Powinno być
	od góry	od dołu		
22	18	2/1	społecznej.	społecznej (por. SIMMEL, 1957).
42	4		Co to jest „poszerzone Ja”?	<b>Co to jest „poszerzo- ne Ja”?</b>
122	3		wynoszące – 0,45	wynoszącą –0,45
124	10		przez materialistów jest redukowane	przez materialistów redukowane
142			ponieważ na to, jakie- go rodzaju informa- cji o sobie dostarcza dana sytuacja, wpływa sposób	ponieważ to, jakiego rodzaju informacji o sobie dostarcza dana sytuacja, wpływa na sposób
154	20		tabeli	w tabeli
220	7		prezentują wykresy 6.6., 6.7., 6.8.	prezentują; wykres 6.6. oraz wykresy 6.7. i 6.8.





**ISSN 0208-6336**

**ISBN 83-226-1222-2**